

HELSINGIN KAUPPAKORKEAKOULU
Laskentatoimen ja rahoituksen laitos



SEGMENTTIRAPORTOINTI

IAS 14 -standardin käyttöönoton hyödyt ja kustannukset päälistan pörssiyrityksille

HELSINGIN
KAUPPAKORKEAKOULUN
KIRJASTO

9752

Laskentatoimi
Pro Gradu -tutkielma
Outi Nuutinen
Kevät 2005

Laskentatoimen ja rahoituksen laitoksen laitosneuvoston kokouksessa 17, 5 2005 hyväksytty
arvosanalla erinomainen, 80 pistettä
Pentti Troberg Juha Kinnunen
KTT KTT

SEGMENTTIRAPORTOINTI: IAS 14 -standardin käyttöönoton hyödyt ja kustannukset
päälistan pörssiyrityksille

Tutkimuksen tavoitteet

Tutkimuksen teoreettisen osan tavoitteena oli käsitellä segmentti-informaation laatimisen ongelmakohtia sekä segmentti-informaation julkistamisesta aiheutuvia hyötyjä ja kustannuksia yrityksille. Empiirisen osan tavoitteena oli tutkia, mitä ongelmia, hyötyjä ja kustannuksia Helsingin pörssin päälistalla noteeratuissa yrityksissä koetaan aiheutuvan niiden alkaessa julkistaa IAS 14 -standardin mukaista segmentti-informaatiota. Lisäksi teoreettisessa osassa vertailtiin kansainvälisiä IAS 14 - ja SFAS 131 -standardeja sekä Suomen segmenttiraportointisäännöksiä, luotiin katsaus segmentti-informaation käyttäjiin sekä käyttötarkoituksiin ja esiteltiin tilipäätösinformaation laatutekijät soveltaen niitä segmenttiraportointiin.

Lähdeaineisto

Tutkimuksessa käytettiin segmenttiraportointia käsittelevää koti- ja ulkomaista lähdekirjallisuutta. Lisäksi suoritettiin kyselytutkimus Helsingin pörssin päälistalla noteerattujen yritysten talousjohdolle. Vastausasteeksi saatiin 40,9 %.

Aineiston käsittely

Kyselytutkimuksesta saaduista vastauksista tehtiin yhteenveto, jonka avulla pyrittiin muodostamaan kuva segmentti-informaation laadinnan ongelmakohdista sekä yritysten talousjohdon suhtautumisesta informaation julkistamisesta mahdollisesti aiheutuviin hyötyihin ja kustannuksiin. Tutkimus on luonteeltaan deskriptiivinen.

Tulokset

Suurimmat ongelmat segmentti-informaation laadinnassa olivat velkojen sekä varojen kohdistaminen. Yleisesti yrityksissä koettiin segmentti-informaation julkistamisesta aiheutuvien hyötyjen ylittävän siitä syntyvät kustannukset. Hyötyä yritykset kokivat aiheutuvan kilpailijoiden julkistamasta segmentti-informaatiosta sekä segmentti-informaation julkistamisen myötä mahdollisesti kasvavasta sijoittajien kiinnostuksesta yhtiötä kohtaan. Suurin osa yrityksistä piti segmentti-informaation laatimiskustannuksia kohtuullisina ja vain neljännes yrityksistä koki informaation julkistamisen aiheuttavan kilpailuhaittaa.

Avainsanat

IAS 14, Segmenttiraportointi, SFAS 131

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	8
1.1	TUTKIELMAN TAUSTAA	8
1.2	TUTKIELMAN TAVOITTEET JA KÄYTETYT MENETELMÄT	9
1.3	TUTKIELMAN RAJAUKSET	9
1.4	TUTKIMUKSEN TÄRKEIMMÄT TULOKSET	10
1.5	TYÖN RAKENNE	10
1.6	SEGMENTTIRAPORTOINNIN MÄÄRITELMÄ	11
2	SEGMENTTI-INFORMAATIO KÄYTTÄJÄN JA LAATIJAN NÄKÖKULMASTA	12
2.1	SEGMENTTIRAPORTOINTIULOTTUVUUDET	12
2.2	SEGMENTTI-INFORMAATION KÄYTTÄJÄT JA KÄYTTÖTARKOITUKSET	13
2.2.1	<i>Sijoittajat</i>	14
2.2.1.1	Ennustaminen	14
2.2.1.2	Vertailu	16
2.2.1.3	Riskin arviointi	17
2.2.1.4	Vastuunalaisuus	18
2.2.2	<i>Muut käyttäjät</i>	19
2.3	SEGMENTTI-INFORMAATION LAATUTEKIJÄT	22
2.3.1	<i>Merkityksellisyys</i>	22
2.3.2	<i>Luotettavuus</i>	24
2.3.3	<i>Vertailukelpoisuus</i>	25
2.3.4	<i>Ymmärrettävyys</i>	27
2.3.5	<i>Hyöty-kustannus -tasapaino</i>	28
2.4	SEGMENTTI-INFORMAATION HYÖDYT JA KUSTANNUKSET JULKAISIJALLE	28
2.4.1	<i>Pääomakustannusvaikutus</i>	29
2.4.2	<i>Kilpailuedun menetys sekä muu kaupallinen haitta</i>	29
2.4.3	<i>Laadintakustannukset</i>	32
2.5	ONGELMAT SEGMENTTI-INFORMAATION LAATIMISESSA	33
3	SEGMENTTIRAPORTOINTISÄÄNNÖKSET	35
3.1	SUOMEN SEGMENTTIRAPORTOINTIVAATIMUKSET	35
3.2	TILINPÄÄTÖSINFORMAATION KANSAINVÄLISET TOIMIJAT: IASB JA FASB	36
3.3	KANSAINVÄLISET SEGMENTTIRAPORTOINTISTANDARDIT IAS 14 JA SFAS 131	37
3.4	STANDARDIEN TAVOITTEET JA SOVELTAMINEN	38
3.5	RAPORTOITAVIEN SEGMENTTIEN MÄÄRITTELEMINEN	39
3.5.1	<i>Segmenttiraportointiulottuvuudet</i>	39
3.5.2	<i>IAS 14 -standardin ensisijainen ja toissijainen segmentti</i>	41
3.5.3	<i>Raportoittavat segmentit</i>	42
3.6	SEGMENTTI-INFORMAATION LAATIMISPERIAATTEET	44
3.7	SEGMENTTI-INFORMAATIONA ESITETTÄVÄT TIEDOT	45
3.7.1	<i>IAS 14:n ensisijainen segmentti ja SFAS 131:n operatiivinen segmentti</i>	45
3.7.2	<i>IAS 14 -standardin toissijainen segmentti</i>	47
3.7.3	<i>SFAS 131 -standardin yrityksenlaajuinen raportointimuoto</i>	49
3.7.4	<i>Muut esitettävät tiedot</i>	49
3.8	STANDARDIEN VERTAILUA	50
4	AIKAISEMMAT TUTKIMUKSET	53
4.1	TUTKIMUKSET INFORMAATION KÄYTTÄJÄN NÄKÖKULMASTA	53
4.2	TUTKIMUKSET INFORMAATION LAATIJAN NÄKÖKULMASTA	56
5	TUTKIMUSAINEISTO JA -MENETELMÄT	58
5.1	TUTKIMUKSEN TAVOITTEET	58
5.2	KOHDERYHMÄ JA VASTAUSASTE	58
5.3	MENETELMÄT	59
5.4	TUTKIMUKSEN KULKU	61
6	PÖRSSIYRITYSTEN SIIRTYMINEN IAS 14 -STANDARDIN SOVELTAMISEEN	63
6.1	ONGELMAT SEGMENTTI-INFORMAATION LAADINNASSA	63

6.1.1	<i>Segmenttien määritteleminen</i>	63
6.1.2	<i>Erien kohdistaminen segmenteille ja siirtohinnoittelu</i>	71
6.2	SEGMENTTI-INFORMAATION JULKISTAMISEN VAIKUTUKSET	76
6.3	AIEMMIN JULKAISTU SEGMENTTI-INFORMAATIO	84
7	JOHTOPÄÄTÖKSET	86
7.1	TUTKIMUKSEN TAVOITTEET	86
7.2	TUTKIMUKSEN RAJOITUKSET	86
7.3	PÄÄTELMÄT	88
7.4	AIHEITA JATKOTUTKIMUKSEEN	91

LIITTEET

Liite 1: Kohdeyritykset

Liite 2: Kyselylomake

Liite 3: Vastaukset segmentti-informaation julkistamisen vaikutuksia koskeviin väittämiin

TAULUKOT

TAULUKKO 1. Valittu ensisijainen segmenttiraportointimuoto	64
TAULUKKO 2. Ensisijaisen segmenttiraportointimuodon valintaperusteet ja tiettyä valintaperustetta käyttäneiden yritysten prosentuaalinen osuus kyselyyn osallistuneista yrityksistä (suluissa yritysten lukumäärä)	64
TAULUKKO 3. Ongelmat ensisijaisen segmenttiraportointimuodon valinnassa	65
TAULUKKO 4. Toissijaisen segmenttiraportointiulottuvuuden raportointi	65
TAULUKKO 5. Raportoitavien segmenttien määrittelytavat ja tiettyä määrittelytapaa käyttäneiden yritysten prosentuaalinen osuus kaikista kyselyyn osallistuneista yrityksistä (suluissa yritysten lukumäärä)	67
TAULUKKO 6. Maantieteellisten segmenttien määrittelyssä ongelmia kokeneiden yritysten prosentuaalinen osuus maantieteellisen segmentin raportoivista yrityksistä (suluissa yritysten lukumäärä)	68
TAULUKKO 7. Maantieteellisen segmenttijaon perustat ja tietyn perustan valinneiden yritysten prosentuaalinen osuus maantieteellisen segmentin raportoivista yrityksistä (suluissa yritysten lukumäärä)	69
TAULUKKO 8. Maantieteellisen segmenttijaon perustan määrittämistavat ja tiettyä määrittämistapaa käyttäneiden yritysten prosentuaalinen osuus maantieteellisen segmentin raportoivista yrityksistä (suluissa yritysten lukumäärä)	70
TAULUKKO 9. Raportoitavien erien kohdistamista ensisijaiselle segmentille ongelmallisena pitävien yritysten prosentuaalinen osuus ensisijaisen segmentin raportoivista yrityksistä (suluissa yritysten lukumäärä)	73
TAULUKKO 10. Raportoitavien erien kohdistamista toissijaiselle segmentille ongelmallisena pitävien yritysten prosentuaalinen osuus toissijaisen segmentin raportoivista yrityksistä (suluissa yritysten määrä)	74

KUVIOT

KUVIO 1. Vastaukset väittämään ”Segmentti-informaation julkaiseminen vaikuttaa yrityksemme pääomakustannuksiin” 76

KUVIO 2. Vastaukset väittämään ”Kilpailijoiden julkaisema segmentti-informaatio on hyödyllistä toimintojemme tehokkuuden arvioinnissa sekä uusien liiketoiminta-alueiden etsinnässä” 77

KUVIO 3. Vastaukset väittämään ”Segmentti-informaation julkaiseminen vaikuttaa haitallisesti yrityksemme kilpailuasemaan” 79

KUVIO 4. Vastaukset väittämään ”Segmentti-informaation keräämisestä ja laatisemisesta aiheutuvat kustannukset ovat kohtuulliset” 80

KUVIO 5. Vastaukset väittämään ”Segmentti-informaation julkaisemisesta yrityksellemme aiheutuvat kustannukset ylittävät siitä saatavat hyödyt” 81

KUVIO 6. Vastaukset väittämään ”Julkaisemamme segmentti-informaatio on hyödyllistä sijoittajalle” 82

KÄYTETYT LYHENTEET

FASB	Financial Accounting Standards Board
IAS	International Accounting Standard
IASB	International Accounting Standards Board
IASC	International Accounting Standards Committee
IFRS	International Financial Reporting Standard
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
SEC	Securities and Exchange Commission
SFAS	Statement of Financial Accounting Standard
SSAP	Statement of Standard Accounting Practice

1 JOHDANTO

1.1 Tutkielman taustaa

Konsernitilinpäätöstietojen jaottelu tuote- ja palveluketjujen sekä markkina-alueiden mukaan on osoittautunut hyödylliseksi yhtiöiden kannattavuuden, riskitekijöiden sekä tulevaisuuden näkymien arvioinnissa yritystoiminnan kansainvälistyessä (Pacter 1997, 66). Yhtiöiden kasvaessa ja monimutkaistuessa segmentoidun informaation tarve kasvaa (Edwards & Smith 1996, 156). Tällöin yhtiöiden toimintaympäristöä, jossa niiden toiminnan tulosta arvioidaan, on vaikeampi hahmottaa ja näin niiden tilinpäätösten tulkitseminen vaikeutuu. Tulkitsemista voidaan helpottaa tarjoamalla segmentoitua tilinpäätösinformaatiota. (OECD 1990, 7) Monikansallisten yhtiöiden lisääntyessä ja globalisaation kiihtyessä etenkin maantieteellisen segmenttiraportoinnin merkitys korostuu (Herrmann & Thomas 1997a, 487). Analyytikot ovatkin pitkään korostaneet maantieteellisen segmentti-informaation merkitystä, jotta he voisivat saada paremman kuvan yritysten riskisyydestä sekä tulevaisuuden kasvumahdollisuuksista (Behn ym. 2002, 31).

Suomen nykyiset segmenttiraportointivaatimukset ovat verrattain suppeat. IAS 14 -standardin mukainen segmenttiraportointi onkin yksi suurimmista muutoksista kotimaiseen käytäntöön verrattuna suomalaisten pörssiyritysten alkaessa laatia konsernitilinpäätöksensä IFRS-standardien mukaan, mitä kaikilta listautuneilta konsernimuotoisilta yrityksiltä vuodesta 2005 alkaen edellytetään. Euroopan parlamentti ja neuvosto antoivat 19.7.2002 asetuksen N:o 1606/2002 kansainvälisten tilinpäätösstandardien soveltamisesta. Asetus edellyttää kaikkien Euroopan unionin jäsenvaltioiden lainsäädännön alaisten julkisesti noteerattujen yhtiöiden laativan konsernitilinpäätöksensä kansainvälisten tilinpäätösstandardien mukaisesti 1. tammikuuta 2005 tai sen jälkeen alkavilta tilikausilta. Asetuksen 1 artiklan mukaan sen tavoitteena on varmistaa tilinpäätösten läpinäkyvyyden ja vertailtavuuden korkea taso ja siten turvata pääomamarkkinoiden tehokas toiminta.

Uuteen raportointikäytäntöön siirtyminen synnyttää kysymyksen informaation tuottamisen kustannuksista suhteessa siitä aiheutuviin hyötyihin. Segmentti-

informaation julkaisun kustannuksina pidetään sen keräämis- ja laatimiskustannuksia sekä etenkin sen haitallista vaikutusta yrityksen kilpailuasemaan. (Edwards & Smith 1996, 170) Tämän takia on ajankohtaista kartoittaa, millaisia ongelmia IAS 14 -standardin soveltamiseen siirtyminen suomalaisille konsernimuotoisille pörssiyrityksille aiheuttaa sekä mikä on niiden talousjohdon käsitys segmentti-informaation laadinnasta ja julkaisusta aiheutuvista kustannuksista ja hyödyistä.

1.2 Tutkielman tavoitteet ja käytetyt menetelmät

Tutkielman teoriaosan ensimmäisenä tavoitteena on selvittää segmentti-informaation julkaisusta yrityksille mahdollisesti aiheutuvia ongelmia sekä sitä, miten segmentti-informaation julkaisun kirjallisuudessa oletetaan yrityksiin muuten vaikuttavan. Toisena tavoitteena on vertailla segmenttiraportointia sääteleviä IAS 14 - ja SFAS 131 -standardeja sekä Suomen segmenttiraportointisäännöksiä.

Empiirisen osan ensimmäisenä tavoitteena on selvittää, aiheutuuko Helsingin pörssin päälistalla noteeratuille yrityksille ongelmia niiden siirtyessä raportoimaan IAS 14 -standardin vaatimusten mukaista segmentti-informaatiota. Toisena tavoitteena on selvittää, miten näiden yritysten talousjohto suhtautuu segmenttiraportoinnista mahdollisesti aiheutuviin hyötyihin ja kustannuksiin. Empiirinen osa suoritettiin Helsingin pörssin päälistalla noteerattujen yritysten talousjohdolle kohdistettuna kyselytutkimuksena.

1.3 Tutkielman rajaukset

Tutkielman teoriaosassa segmenttiraportointia tarkastellaan vain informaation julkaisijan ja sen käyttäjän näkökulmasta. Tutkielman säädösosassa käsitellään vain Suomen segmenttiraportointia koskevia vaatimuksia sekä IAS 14 - ja SFAS 131 -standardeihin sisältyviä segmenttiraportointia koskevia vaatimuksia. Tutkielman empiirisessä osassa keskitytään IAS 14 -standardin mukaiseen segmenttiraportointiin, jota käsitellään ainoastaan informaation laatijan näkökulmasta.

1.4 Tutkimuksen tärkeimmät tulokset

Tutkimuksessa havaittiin, että segmentti-informaation laatiminen ei todennäköisesti aiheuta Helsingin pörssin päälistalla noteeratuille yrityksille kohtuuttomia ongelmia. Varojen ja velkojen kohdistamista segmenteille pidettiin kuitenkin yleisesti vaikeana, ja tästä voidaan päätellä, että nämä erät eivät segmenttikohtaisesti julkaistuna ole todennäköisesti kovin luotettavia. Harvassa yrityksessä pidettiin IAS 14 -standardin mukaisen segmentti-informaation laatimiskustannuksia kohtuuttomina, ja vain noin neljännessä yrityksistä oltiin jokseenkin tai täysin yhtä mieltä siitä, että segmentti-informaation julkaisu vaikuttaa haitallisesti niiden kilpailuasemaan. Odottamattomasti yritykset kokivat niille itselleen aiheutuvan keskimäärin enemmän hyötyä kuin haittaa IAS 14 -standardin mukaisen segmentoidun informaation julkistamisesta. Hyötyä yrityksissä koettiin aiheutuvan kilpailijoiden julkistamasta segmentti-informaatiosta sekä sijoittajien mahdollisesti lisääntyvästä kiinnostuksesta yhtiötä kohtaan informaation julkaisun seurauksena.

1.5 Työn rakenne

Tutkielman ensimmäisessä luvussa esitellään tutkimuksen taustaa, tavoitteet sekä käytetyt menetelmät, rajaukset ja tärkeimmät tulokset. Lisäksi esitellään työn rakenne ja määritellään tärkeimmät käsitteet.

Toisessa luvussa esitellään erilaisia segmentointiperusteita ja määritellään, ketkä ovat segmentoidun informaation potentiaalisia käyttäjiä sekä mihin käyttäjät segmentti-informaatiota tarvitsevat. Lisäksi esitellään tilinpäätösinformaation laatutekijät soveltaen niitä segmenttiraportointiin sekä käsitellään segmentti-informaation julkistamisesta aiheutuvia kustannuksia ja hyötyjä yritykselle. Tämän lisäksi käsitellään segmentti-informaation laadintaan liittyviä mahdollisia ongelmakohtia.

Kolmannessa luvussa esitellään Suomen segmenttiraportointia koskevat säännökset ja vertaillaan tärkeimpiä segmenttiraportointia sääteleviä standardeja, IAS 14:ä ja

SFAS 131:tä. Neljännessä luvussa käydään läpi aiempaa segmenttiraportointia käsittelevää tutkimusta.

Viidennessä luvussa esitellään tutkimuksen kohderyhmä, käytetyt menetelmät sekä tutkimuksen kulku. Kuudennessa luvussa esitellään tutkimuksen tulokset ja seitsemännessä luvussa tutkimuksen rajoitukset ja johtopäätökset sekä aiheita jatkotutkimukseen.

1.6 Segmenttiraportoinnin määritelmä

Segmentti on monitoimialaisen tai kansainvälisen yrityksen tai konsernin erotettavissa oleva osa, johon sisältyy toimintoja. Nämä toiminnot liittyvät enemmän toisiinsa kuin yrityksen tai konsernin muihin toimintoihin. Segmentoinnilla tarkoitetaan puolestaan yrityksen tai konsernin jakamista segmentteihin. Tämä segmentointi voidaan tehdä monilla eri ulottuvuuksilla, joista liiketoiminnot ja maantieteellinen sijainti ovat yleisimmät segmentointiperusteet. (OECD 1990, 8)

Segmenttiraportoinnissa on kyse koko yhtiötä koskevan tarkemman informaation julkaisemisesta (Prodhan 1986, 67). Käytännössä se on yhtiön paloittelemista segmentteihin ja tiedon julkistamista koskien näitä segmenttejä (Roberts 2002, 418). Segmenttiraportoinnin ensisijaisena tarkoituksena on lisätä monitoimialaisten tai kansainvälisten konsernien tilinpäätösten informaatioisisältöä (OECD 1990, 9).

2 SEGMENTTI-INFORMAATIO KÄYTTÄJÄN JA LAATIJAN NÄKÖKULMASTA

2.1 Segmenttiraportointiulottuvuudet

Yritys voi segmentoida liiketoimintansa usealla eri tavalla, joista kaksi yleisintä ovat segmentointi toimialan tai liiketoiminnan luonteen mukaan sekä segmentointi maantieteellisen alueen mukaan. Maantieteellisen alueen mukaan tehtävä segmentointi voi perustua yrityksen liiketoimintojen sijaintiin tai sen asiakkaiden sijaintiin. (Roberts 2002, 418) Maantieteellinen segmentointi ei ole vaihtoehtoinen segmentointitapa liiketoiminnalliselle segmentoinnille vaan se on merkittävästi erilainen, sillä eri maissa toimimiseen liittyy yleensä erilaisia tuottoja ja riskejä (Prodhan 1986, 3).

Muita segmentointiperusteita voivat olla muun muassa segmentointi juridisten yksiköiden mukaan sekä segmentointi organisaation sisäisen rakenteen mukaan (Boersema & Van Weelden 1992, 134). Juridisten yksiköiden mukaan tapahtuva segmenttiraportointi ei OECD:n mukaan kuitenkaan välttämättä vastaa informaation käyttäjien tarpeita. Perusteina tälle OECD esittää muun muassa sen, että juridisten yksiköiden rajat eivät välttämättä vastaa niitä sektoreita, joilla yritys toimii. Lisäksi yrityksen juridisen rakenteen muuttuminen yrityksen toimintojen pysyessä muuttumattomina vähentää informaation vertailukelpoisuutta. Jos juridisia yksiköitä on paljon, monien käyttäjien on myös hankala käsitellä informaatiota tehokkaasti. (OECD 1990, 12 - 13)

Organisaation sisäiseen rakenteeseen perustuvassa segmentoinnissa on se etu, että informaation käyttäjä saa sitä kautta tietoa yrityksen johdon toiminnasta ja sen vastuualueista (OECD 1990, 24). Sisäiseen rakenteeseen perustuvan segmenttiraportoinnin kustannukset eivät ole suuret, koska yrityksen sisäiset raportit valmistellaan jo tämän perusteen mukaisesti (Boersema & Van Weelden 1992, 137). Ongelmaksi tämänkaltaisessa segmenttiraportoinnissa voi muodostua se, että organisaatioissa melko usein tapahtuvien uudelleenjärjestelyjen seurauksena

segmenttiraportointikin muuttuu. Tämä vähentää informaation yhdenmukaisuutta. Lisäksi segmentoidun informaation hyödyllisyys ennustamistarkoituksessa mahdollisesti vähenee, sillä ulkopuolista taloudellista informaatiota ei ole välttämättä mahdollista yhdistellä organisaation sisäisen rakenteen perusteella raportoidun segmentti-informaation kanssa. (OECD 1990, 24)

2.2 Segmentti-informaation käyttäjät ja käyttötarkoitukset

Informaation julkistaminen on järkevää vain, jos siitä on hyötyä sen käyttäjille (Prodhan 1986, 15). Taloudellisen informaation tavoitteita laadittaessa informaation käyttäjillä on tärkeä osa ja käyttäjien tarpeet tulisi ottaa huomioon suunniteltaessa sekä arvioitaessa tilinpäätöskäytäntöjä. Tästä syystä säännösten laatijoiden tulisi tuntea informaation käyttäjän ominaisuudet sekä ympäristö, jossa hän toimii. (mt. 12)

International Accounting Standards Committee määrittelee viitekehyksessään, joka on hieman samanlainen kuin Financial Accounting Standards Boardin viitekehys, tilinpäätösinformaation käyttäjiksi nykyiset ja tulevat sijoittajat, henkilöstön, lainanantajat, tavarantoimittajat ja muut velkojat, asiakkaat, julkisen vallan sekä suuren yleisön (IASC 1989, Yleiset perusteet: 9). Nämä käyttäjäryhmät ovat myös segmentoidun tilinpäätösinformaation potentiaalisia käyttäjiä. Joissakin tapauksissa joku muu saattaa toimia käyttäjän nimissä. Tästä ovat esimerkkejä sijoittajien puolesta toimivat analyytikot, työntekijöiden etuja puolustavat työmarkkinajärjestöt sekä suuren yleisön puolesta toimiva lehdistö. (OECD 1990, 9)

IASC:n mukaan sijoittajien tarpeet täyttävä tilinpäätösinformaatio täyttää myös useimpien muiden käyttäjäryhmien tilinpäätösinformaation avulla täytettävissä olevat tarpeet (IASC 1989, Yleiset perusteet: 10). Tästä syystä seuraavassa käsitellään ensin sijoittajien tietotarpeet ja tämän jälkeen lyhyesti muiden potentiaalisten segmentti-informaation käyttäjien tarpeita.

2.2.1 Sijoittajat

Osakkeenomistajat investoivat koko yritykseen ja ovat siksi enemmän kiinnostuneita koko yrityksen toiminnan tuloksesta sekä sen näkymistä. Kuitenkin myös segmentoidusta informaatiosta on sijoittajille hyötyä, koska yritys on osiensa summa. Jotta voitaisiin täysin ymmärtää koko yrityksen toiminnan tulosta ja tulevaisuuden näkymiä, on hyödyllistä tarkastella sen eri osia. (Roberts 2002, 423) Boersema ja Van Weelden (1992, 14) ovat jakaneet tarkoitukset, joihin analyytikot segmentoitua informaatiota käyttävät, neljään ryhmään. Nämä ovat ennustaminen (prediction), vertailu (comparison), riskin arviointi (risk assessment) sekä vastuunalaisuus (accountability).

2.2.1.1 Ennustaminen

Sijoituspäätöksiä tehdessään sijoittajat ennustavat arvopapereiden tulevia arvoja ja koska yrityksen arvopapereiden arvon kehitys on yleensä yhteydessä yrityksen tuloksiin, sijoittajille on tärkeää arvioida yrityksen toiminnan tulosta ja tulevaisuuden mahdollisuuksia (OECD 1990, 10). Segmentoidusta informaatiosta on hyötyä analyytikoille yrityksen tulevaa tulosta ennustettaessa (Boersema & Van Weelden 1992, 17).

Ennustettaessa yrityksen tulevia tuottoja tai kassavirtoja joudutaan yleensä ensin arvioimaan yrityksen mennyttä kehitystä sekä sitä, miten erilaiset ulkoiset tekijät ovat kehitykseen vaikuttaneet. Tässä segmentoitu tilinpäätösinformaatio on hyödyllistä, koska ulkoiset tekijät vaikuttavat eri tavalla talouden eri osiin. (Boersema & Van Weelden 1992, 17) Osittain yrityksen erillisen yksikön tulos on seurausta yksikkökohtaisista tekijöistä, mutta useimpien yksiköiden tuloksiin ja niiden vaihteluun vaikuttavat merkittävästi myös sen ympäristön tekijät, jossa yksikkö toimii (OECD 1990, 10). Eri toimialoilla ja maantieteellisillä alueilla on erilaiset voittopotentialit, kasvumahdollisuudet ja niillä toimimiseen liittyy erityyppisiä ja -asteisia riskejä. Täten yrityksen menneen toiminnan tuloksen sekä tulevaisuuden mahdollisuuksien ymmärtäminen edellyttää yleensä, että käyttäjä

tietää, miten yrityksen toiminta jakautuu sekä liiketoiminnallisesti että maantieteellisesti. (Roberts 2002, 424) Segmentti-informaatio auttaa analyyttikkoa arvioimaan, missä määrin yleistaloudelliset tekijät tai tietyille segmentille ominaiset ulkoiset tekijät ovat yrityksen yksittäisen segmentin kehitykseen vaikuttaneet. Analyytikot voivat tämän jälkeen tehdä omat ennusteensa koskien näitä tekijöitä sekä niiden vaikutusta segmenttien tulokseen tulevaisuudessa. Yhdistettäessä saadut segmenttikohtaiset tulosennusteet saadaan ennuste koko yritykselle. (Boersema & Van Weelden 1992, 17)

Segmentti-informaation tulee täyttää kaksi ehtoa ollakseen mahdollisimman hyödyllistä ennustamistarkoituksessa. Ensinnäkin segmentit tulisi määritellä siten, ettei yksi segmentti sisällä toisistaan merkittävästi erilaisia toimintoja. Segmenttien tulisi myös olla sellaisia, että tiettyä toimialaa tai maantieteellistä aluetta koskevaa erityisinformaatiota voidaan helposti yhdistellä segmenttikohtaisen informaation kanssa. (Boersema & Van Weelden 1992, 19)

Tarkkuusteoria. Informaatiotaloustieteen parissa kehitetty tarkkuusteoria (fineness theorem) tarjoaa teoreettisen pohjan segmentti-informaation hyödyllisyydelle ennustamistarkoituksessa. Tarkkuusteorian mukaan informaatorakenne X:n sanotaan olevan yhtä tarkka tai tarkempi kuin informaatorakenteen Y, jos X on Y:n alajakso. Tarkemmin jaoteltu tietorakenne antaa paremman perustan päätöksille johtaen siten suurempiin hyötyihin. (Herrmann & Thomas 1997a, 490)

Useilla eri aloilla sekä useissa erilaisissa toimintaympäristöissä toimivien monialayritysten konsernitalinpäätöksistä ei sijoittaja välttämättä saa kattavaa kuvaa yhtymän tulevaisuuden näkymistä. Tämä lisää epävarmuutta, jota tarkemmalla informaatiolla on mahdollista vähentää. (Prodhan 1986, 86) Tarkkuusteoriaa maantieteelliseen segmentti-informaatioon sovellettaessa päädytään siihen, että maantieteellisen segmentti-informaation julkaiseminen on toivotumpaa kuin koko konsernia koskevan informaation esittäminen. Koska maantieteelliset segmentit eroavat toisistaan muun muassa kannattavuuden, riskin, poliittisten olojen sekä kasvumahdollisuuksien osalta, sijoittajilla on tarve saada koko konsernia koskevaa informaatiota tarkempaa segmentoitua tilinpäätösinformaatiota. (Herrmann &

Thomas 1997a, 490) Tarkkuusteoriaa tukee muun muassa Herrmannin (1996, 50) tutkimus siitä, vaikuttaako hienojakoisemmalla tasolla julkaistu maantieteellinen segmentti-informaatio yrityksen toiminnan tuloksen kasvaneeseen ennustettavuuteen. Hän totesi ennustetarkkuuden paranevan, kun liikevaihto ja bruttovoitto julkaistaan hienojakoisempien maantieteellisten alueiden mukaan.

Julkistettaessa tarkempaa informaatiota, on myös todennäköisempää, että esimerkiksi mittausvirheet heikentävät sen luotettavuutta. Tällaista informaatiota käytettäessä ennustetarkkuus saattaa olla huonompi kuin käyttäen ennusteissa koko konsernia koskevaa informaatiota. (Silhan 1982, 256) Balakrishnan, Harris ja Sen (1990, 307) ovat todenneet, ettei tarkkuusteoria ole riittävä peruste segmentti-informaation merkityksellisyydelle. Jos julkaistu segmentti-informaatio sisältää virheitä, segmentti-informaatiota käyttäen tehdyt ennusteet eivät välttämättä ole edes yhtä onnistuneita kuin konsernitilinpäätösinformaatioon perustuvat ennusteet. Syynä tähän on, että segmentoitua dataa käyttäen tehdyt ennusteet mahdollisesti moninkertaistavat informaation sisältämät virheet.

2.2.1.2 Vertailu

Segmentti-informaatio voi auttaa tilinpäätöksen käyttäjää vertaamaan yrityksen eri segmenttien toiminnan tulosta keskenään, jos yritys ei ole levittäytynyt useille eri toimialoille tai vertaamaan eri yritysten segmenttejä keskenään (Roberts 2002, 424). Yrityksen segmenttejä voidaan verrata myös samalla toimialalla toimivien eihajautuneiden yritysten kanssa. Koska segmenttien koostumus ja segmenttikohtaisen informaation laadinnassa käytetyt periaatteet voivat vaihdella yrityksestä toiseen, segmenttejä vertailemalla voidaan saada ennemminkin suhteellista kuin absoluuttista tietoa. (Boersema & Van Weelden 1992, 19) Tällä tarkoitetaan sitä, että segmenttejä vertailemalla voidaan saada tietoa segmenttien suhteellisesta kehityksestä muihin segmentteihin nähden, mutta tarkkoja vertailuja ei ole perusteltua tehdä johtuen mahdollisista eroista segmentti-informaation laadintaperiaatteissa. Vaikka segmentoidun informaation käyttöön vertailutarkoituksessa liittyy rajoitteita, se voi kuitenkin olla hyödyllistä tarjoamalla pohjan segmenttienväliselle vertailulle (OECD 1990, 11).

2.2.1.3 Riskin arviointi

Segmentoidulla informaatiolla on merkitystä myös yrityksen riskisyyttä arvioitaessa. Jotta segmentoitu tilinpäätösinformaatio olisi hyödyllistä tässä tarkoituksessa, ei yhteen segmenttiin tulisi sisältyä toimintoja, jotka eroavat riskeiltään olennaisesti toisistaan. Maantieteellisen segmentti-informaation tulisi olla maittain segmentoitu, sillä alueittain segmentoidun informaation hyöty ei todennäköisesti ole kovin suuri. (Boersema & Van Weelden 1992, 23 - 24) Tämä johtuu siitä, että riskitekijät eroavat usein maittain. Tiettyjen maiden riskisyyteen voivat vaikuttaa muun muassa erilaiset taloudelliset ja poliittiset olosuhteet, valuuttariskit sekä valuutanvaihtorajoitukset (mt. 102 - 103).

Signalointiteoria. Segmentoidun informaation hyödyllisyyttä riskin arvioinnissa voidaan perustella signalointiteorialla. Signalointi viittaa tapaan, jolla markkinoilla tulkitaan tiedonjulkaisua ja julkaisematta jättämistä. Signalointiteorian mukaan yrityksen johdolla on kannuste julkaista hyviä uutisia ja piilotella huonoja uutisia. Hienojakoisemman segmentti-informaation tulisi täten vähentää sijoittajien epävarmuutta, koska he saavat näin tarkempaa tietoa yrityksen eri toiminnoista, sekä useimmissa tapauksissa vähentää sijoittajien arviota yrityksen riskisyydestä. Poikkeuksena tästä on tilanne, jossa hienojakoisempaa segmentti-informaatiota julkaistaessa julkaistaan segmentti, johon liittyy erityisen suuri riski. Tällöin segmentoitu informaatio nostaa sijoittajien arviota yrityksen kokonaisriskistä. (Herrmann & Thomas 1997a, 493)

Boerseman ja Van Weeldenin (1992, 8) tutkimukseen, jonka yhtenä tarkoituksena oli tutkia tarvetta segmentoidun informaation julkistamiselle, haastateltiin 33 kanadalaista analyytikkoa. Lähes puolet tutkimukseen osallistuneista analyytikoista sanoi aina tai yleensä määrittävänsä yrityksen arvoltaan heikommaksi, jos sen segmentoitu vuosikertomusinformaatio on niukkaa. Tiedon puuttumista pidettiin merkinä jostakin ja vähäisen informaation todettiin vähentävän varmuutta, jonka vuoksi arviot olivat negatiivisempia. (mt. 32 - 33).

Portfolioteoria. Toinen teoria selittämään yhteyttä segmenttiraportoinnin ja riskiarvioinnin välillä voidaan johtaa portfolioteoriasta. Sen mukaan sijoittajat voivat vähentää kokemaansa riskiä hajauttamalla sijoitusportfoliotaan. Hajautus vähentää riskiä eliminoimalla portfolioon liittyvän ei-systemaattisen riskin. (Herrmann & Thomas 1997a, 493 - 494) Portfolioteorian mukaan päätöksentekijät käyttävät saatavilla olevaa tietoa hyödyksi hankkiakseen sijoitusportfolion, jolla on hyödyn maksimoiva riski-tuotto -suhde. (Markowitz 1952; ks. Doupnik & Rolfe 1990, 256).

Yksittäinen yritys voidaan nähdä portfoliona varoja, joita segmentit edustavat. Näin yrityksen odotettu tuotto on kunkin segmentin odotettujen tuottojen painotettu keskiarvo painoina niiden tuottojen osuudet, jotka kultakin segmentiltä on aiemmin saatu. Segmenttien tuottojen ollessa keskenään vähemmän kuin täydellisesti positiivisesti korreloituneita, yrityksen kokonaisriski vähenee toimintoja hajauttamalla. Jos yritys ei tarjoa tarpeeksi tarkkaa segmentti-informaatiota, sijoittajat eivät välttämättä pysty määrittämään sitä, missä määrin yksittäisten segmenttien tuotot korreloivat. Jos yritys julkaisee vain koko konsernia koskevan informaation, sijoittajien on vaikeaa arvioida, missä määrin yrityksen hajautuminen vähentää yrityksen kokonaisriskiä. (Herrmann & Thomas 1997a, 494) Jaotellumpi segmentti-informaatio taas johtaa tarkempaan informaatioon, mikä puolestaan voi johtaa päätöksentekijän korjaamaan arviotaan yrityksen riskisyydestä ja sijoituksen odotetusta tuotosta (Doupnik & Rolfe 1990, 256).

2.2.1.4 Vastuunalaisuus

Monikansallisessa tai monialaisessa konsernissa tärkeä osa konsernijohdon toiminnan analyysiä on tarkastella, miten johto on jakanut konsernin resurssit eri toimialojen ja maiden kesken. Tällöin konsernijohdon tekemien päätösten arvioimiseksi on välttämätöntä, että käyttäjät saavat tietoa varojen jakautumisesta. (OECD 1990, 10 - 11) Segmentti-informaatio on mahdollisesti hyödyllistä myös erillisen yksikön johdon toimintaa tarkasteltaessa (Boersema & Van Weelden 1992, 24). Sijoittajat voivat näin arvioida, miten tehokkaasti yksikön johto on käyttänyt sille annettuja varoja (OECD 1990, 10).

Yksikön toiminnan tulosta ja tehokkuutta voidaan arvioida kunnolla ainoastaan ottamalla huomioon myös ympäristön, jossa yksikkö toimii, sillä yksikön tulos on riippuvainen myös ulkopuolisista tekijöistä johdon toiminnan lisäksi. Pelkän segmentin tuloksen sijasta tulisi myös vertailla segmentin tulosta samalla alalla toimivien yksiköiden tuloksiin sekä ottaa huomioon taloudellisten tekijöiden vaikutus. (Boersema & Van Weelden 1992, 24 - 25) Täten hajautuneen yrityksen toiminnan tulosta voidaan arvioida oikeutetusti vain siten, että jokaisen segmentin toimintaa arvioidaan yhteydessä siihen ympäristöön, jossa se toimii (OECD 1990, 11).

Segmentti-informaation julkaisu, etenkin johdon näkökulmaan perustuva, avaa ulkopuolisille näkökulman yrityksen toimintaan ja voi antaa osakkeenomistajille mahdollisuuden yrittää vaikuttaa yrityksen johtoon koskien tiettyjen segmenttien säilyttämistä tai myyntiä (Deppe & Omer 2000, 50). Segmentoidun informaation julkaisu ja siitä seuraava lisääntynyt tilintekovelvollisuus saattaa kannustaa yksiköiden johtajia parantamaan yksiköiden tehokkuutta enemmän kuin he muuten tekisivät. Segmentoidun informaation julkaisu voi myös kannustaa konsernijohtoa tarkastelemaan lähemmin koko konsernikokonaisuuden toimintaa ja tehokkuutta. (OECD 1990, 12)

2.2.2 Muut käyttäjät

Myös monet muista tilinpäätösinformaation käyttäjistä kuin sijoittajat ovat kiinnostuneita segmentoidusta tilinpäätösinformaatiosta. Muut segmentoidun informaation käyttäjät ovat enemmän kiinnostuneita yrityksen eri osia kuin koko yritystä koskevista taloudellisista tiedoista. Näiden käyttäjien mielenkiinto kohdistuu siihen yrityksen osaan, jolla on eniten vaikutusta heihin. Yleensä nämä käyttäjät myös haluaisivat käyttöönsä vielä yksityiskohtaisempaa informaatiota kuin on saatavilla. (Radebaugh & Gray 2002, 197)

Henkilöstö on kiinnostunut työnantajansa vakaudesta ja kannattavuudesta (IASC 1989, Yleiset perusteet: 9). Segmentti-informaatio auttaa työntekijää ymmärtämään

yrityksen toimintojen monimutkaisuutta ja laajuutta. Tämä puolestaan tukee työnantaja-työntekijä -suhdetta sekä työntekijän mahdollisuutta arvioida yrityksen toimintakelpoisuutta sekä tulevaisuuden näkymiä. Tämän lisäksi työntekijälle vielä tärkeämpää voi olla informaatio yksittäisen yksikön kannattavuudesta sekä sen tulevaisuuden mahdollisuuksista, sillä monien työntekijöiden työpaikat voivat riippua yrityksen yksittäisen yksikön elinkelpoisuudesta. Tilinpäätöksessä esitetty segmentti-informaatio ei välttämättä kuitenkaan ole tarkkuudeltaan riittävää tähän tarkoitukseen. Työntekijät tarvitsisivat siis mahdollisimman eritellyiltä segmenteiltä julkaistua informaatiota, jotta segmentti-informaatio täyttäisi heidän tarpeensa. (Boersema & Van Weelden 1992, 29)

Lainanantajat tarvitsevat informaatiota, jonka perusteella arvioida yrityksen lainanlyhennyskykyä. Tavarantoimittajat puolestaan haluavat varmistua siitä, että heidän saamisensa suoritetaan niiden erääntyessä, ja asiakkaat ovat kiinnostuneita tiedoista koskien yrityksen toiminnan jatkuvuutta. (IASC 1989, Yleiset perusteet: 9) Kaikille näille kolmelle ryhmälle juridisten yksiköiden perusteella segmentoitu informaatio on hyödyllistä, sillä ne saavat sitä kautta tietoa niistä tytäryrityksistä, joiden kanssa ne ovat tehneet sopimuksia (Roberts 2002, 421).

Lainanantajat antavat lainaa tietyille juridiselle yksikölle, joka yksin on vastuussa tästä lainasta, joten lainanantaja on kiinnostunut tämän juridisen yksikön taloudellisesta asemasta. Ei ole kuitenkaan välttämättä tarpeellista segmentoida yritystä juridisella perusteella, sillä lainanantaja saa todennäköisesti tarvitsemansa tiedon kyseisen juridisen yksikön erillistilinpäätöksestä. Kuitenkin lainanantajilla, jotka myöntävät lainaa monilla toimialoilla ja monissa maissa toimivalle emoyritykselle, on tarve segmentoidulle tilinpäätösinformaatiolle. (Boersema & Van Weelden 1992, 28)

Julkinen valta on kiinnostunut resurssien jakautumisesta ja tarvitsee myös tietoa yritysten toimintaa säädelläkseen sekä verotusta ja erilaisia tilastoja varten (IASC 1989, Yleiset perusteet: 9). Maantieteellinen segmentti-informaatio voi auttaa valtion virastoja arvioimaan monikansallisen yhtiön toiminnan vaikutusta maansa rajojen sisällä (OECD 1990, 11). Vaikka jotkut valtion virastot käyttävät segmentoitua

informaatiota, ei se kuitenkaan ole niiden ainoa tietolähde (Boersema & Van Weelden 1992, 31).

Yritystoiminta vaikuttaa monin tavoin myös suureen yleisöön, ja tilinpäätöstietojen avulla se saa tietoa yritysten menestyksen suunnasta sekä niiden toiminnoista. Yritykset voivat vaikuttaa paikalliseen talouteen työllistämällä ja paikallisia tavarantoimittajia käyttämällä. (IASC 1989, Yleiset perusteet: 9) Tällöin suuri yleisö saa tilinpäätöksen avulla tietoa sellaisen yrityksen tulevaisuudennäkymistä, joka vaikuttaa paikallisten ihmisten hyvinvointiin työllistämisaikutustensa kautta. Segmentti-informaatio voi olla suurelle yleisölle hyödyllistä myös siksi, että se edistää resurssien tehokasta kohdistusta (Boersema & Van Weelden 1992, 31).

Vaikka segmentti-informaatio ei ole täydellistä, niin se kuitenkin osittain vastaa edellä käsiteltyjen käyttäjäryhmien tarpeita. Erityisen tärkeää segmentoitu tilinpäätösinformaatio on sellaisille käyttäjille, joilla ei ole valtaa saada haluamansa kaltaista informaatiota. Näitä käyttäjiä ovat muun muassa ammattiyhdistykset sekä kehitysmaiden hallitukset. (Roberts 2002, 423)

Boerseman ja Van Weeldenin (1992, 90) tutkimuksessa huomattiin, että monet yritykset eivät pidä segmentti-informaatiota hyödyllisenä tilinpäätösinformaation käyttäjille. Segmentti-informaatiolla kuitenkin on potentiaalia auttaa tilinpäätöksen käyttäjiä ymmärtämään paremmin yrityksen aikaisemman toiminnan tulosta sekä ennustamaan sen tulevia kassavirtoja. Tämä ei kuitenkaan välttämättä käytännössä toteudu ja yritysten julkaisema segmentti-informaatio voi olla vain pienessä määrin hyödyllistä sen käyttäjille. Syitä tähän voivat olla tulkinnanvaraiset säännökset, segmenttien keinotekoisuus sekä yleiskustannusten kohdistamiskäytäntö segmenteille. Lisäksi saattaa olla, ettei ulkopuolisen informaation yhdistäminen segmentti-informaatioon ole mahdollista tai että segmentit eivät ole vertailukelpoisia muiden yritysten segmenttien kanssa. (Roberts 2002, 433)

2.3 Segmentti-informaation laatutekijät

IASC on esittänyt neljä tilinpäätösinformaation laatutekijää. Ne ovat ominaisuuksia, jotka tekevät tilinpäätöksessä esitetyn informaation hyödylliseksi sen käyttäjille. Nämä laatutekijät ovat merkityksellisyys, luotettavuus, vertailukelpoisuus sekä ymmärrettävyys ja niitä voidaan soveltaa myös segmentoituun tilinpäätösinformaatioon. (IASC 1989, Yleiset perusteet: 24)

2.3.1 Merkityksellisyys

Informaatio on merkityksellistä, jos sillä on vaikutusta sen käyttäjien taloudellisiin päätöksiin. Merkityksellinen informaatio auttaa käyttäjiään arvioimaan yrityksen menneitä, nykyisiä tai tulevia tapahtumia, tai varmistamaan tai korjaamaan aikaisempia arvioita. (IASC 1989, Yleiset perusteet: 26) Informaation merkityksellisyyteen vaikuttavat sen luonne ja olennaisuus, mutta informaation merkityksellisyys voi määräytyä myös pelkästään sen luonteen perusteella. Tällainen tilanne on esimerkiksi silloin, kun uuden segmentin esittäminen vaikuttaa arvioihin yrityksen riskeistä ja kannattavuudesta riippumatta siitä, onko tämän segmentin tulos tilikaudella olennainen. (IASC 1989, Yleiset perusteet: 29)

Segmentti-informaation yhteydessä merkityksellisyys liittyy liiketoiminta- ja maantieteellisten segmenttien rajojen määrittämiseen sekä segmentin olennaisuuden määrittämiseen. Koska informaatio on merkityksellistä sen auttaessa käyttäjiänsä arvioimaan riskejä ja tuottoja, tämä tulisi ottaa huomioon segmenttejä määriteltäessä. Segmentit tulisi määritellä siten, ettei yhteen segmenttiin sisältyisi odotetuilta riskeiltään ja tuotoiltaan eroavia toimintoja tai maantieteellisiä alueita. (Pacter 1994, 55) Olennaisuus määritellään IASC:n yleisissä perusteissa merkityksellisyyden osaksi, ja informaatiota pidetään olennaisena, ”jos sen poisjättäminen tai virheellinen esittäminen saattaa vaikuttaa käyttäjien tilinpäätöksen perusteella tekemiin taloudellisiin päätöksiin” (IASC 1989, Yleiset perusteet: 30).

Jotta segmentti-informaatio olisi merkityksellistä sen käyttäjille, sen tulisi auttaa heitä arvioimaan yrityksen aikaisempaa kannattavuutta, kasvua ja varojen hoitoa tai auttaa heitä ennustamaan yrityksen tulevaa kannattavuutta, kasvumahdollisuuksia, tulevaisuudennäkymiä ja riskejä (Pacter 1994, 52). Tiedon julkaisun pakollisuus voi johtaa tiedon ylitarjontaan käyttäjän näkökulmasta (Prodhan 1986, 4), ja tällöin informaatio ei enää välttämättä ole käyttäjilleen merkityksellistä.

Segmentti-informaation merkityksellisyyttä voidaan tarkastella sekä intuitiivisesti että empiirisesti. Intuitiivisesti tarkastellen eri toimialoihin ja maihin liittyvät riskit ja tuottoasteet eroavat toisistaan. Täten informaatio yrityksen toiminnoista eri aloilla sekä maantieteellisillä alueilla vaikuttaa arvioihin yrityksen riskeistä ja kannattavuudesta sekä varojen hoidosta. Tilinpäätösten päätarkoituksena on tarjota juuri informaatiota koskien edellä mainittuja asioita, joten segmentti-informaatio on merkityksellistä. (Pacter 1994, 52)

Empiirisesti segmentti-informaation merkityksellisyyttä voidaan ensinnäkin tarkastella tilinpäätöksen käyttäjien mielipiteisiin pohjautuen. Toisaalta informaation merkityksellisyyttä voidaan tarkastella teoreettisissa tutkimuksissa saatujen tulosten pohjalta. Teoreettisia malleja rakentamalla on tutkittu, parantaako segmentti-informaatio tulosenusteita ja ennusteita osakehinnoista tai parantaako se arviota sijoitukseen liittyvästä riskistä. (Pacter 1994, 52)

Tutkimuksissa, jotka käsittelevät liiketoiminnallisen ja maantieteellisen segmentti-informaation vaikutuksia sijoittajien arvioihin odotettavissa olevista tuotoista, on todettu, että koko yrityksen liikevaihdon ja tuloksen ennustettavuus paranee kun segmenttikohtainen informaatio otetaan huomioon ennusteessa. Tuloksen ennustettavuus paranee etenkin silloin kun segmenttikohtainen liikevaihtoinformaatio on käytettävissä. (Pacter 1994, 52) Riskin arviointia käsittelevät tutkimukset tarkastelevat liiketoimintasegmenttejä ja maantieteellisiä segmenttejä koskevan informaation vaikutusta sijoittajien arvioon riskistä eli ennusteisiin odotettavien tuottojen vaihtelusta. Suurin osa näistä tutkimuksista on löytänyt merkittävän yhteyden segmentti-informaation julkaisun ja sijoitukseen liittyvää riskiä koskevien arvioiden välillä. Useiden tutkimusten mukaan sijoitukseen liittyvän riskin aleneminen liittyi segmentti-informaation julkaisun aloittamiseen,

mikä johti puolestaan alhaisempaan pääomakustannukseen. Koska suurin osa tutkimuksista osoittaa segmentoidun informaation auttavan yrityksen tuottojen ja riskien arvioinnissa, ne antavat todisteita segmentoidun informaation merkityksellisyydestä. (Pacter 1994, 53)

2.3.2 Luotettavuus

Informaatio on luotettavaa, kun se ei ole olennaisesti virheellistä eikä vinoutunutta, sekä kun käyttäjät voivat luottaa sen esittävän sitä, mitä sen väitetään tai voidaan odottaa esittävän. Ollakseen hyödyllistä tulee informaation olla myös luotettavaa. (IASC 1989, Yleiset perusteet: 31)

Pacter (1994, 56 - 57) esittää viisi tekijää, jotka voivat vähentää segmentoidun informaation luotettavuutta. Nämä ovat raportoitavien segmenttien lukumäärä, segmenttikohtaisesti esitettävän informaation määrä, se miten segmentin kannattavuutta ja varoja mitataan sekä informaatiota laadittaessa tehtävät kohdistukset.

Tiettyyn rajaan saakka raportoitavien segmenttien määrän lisäys kasvattaa segmentoidun informaation merkityksellisyyttä. Segmenttien määrän kasvaessa kohdistukset tulevat kuitenkin tahdonvaltaisiksi tai vaikeasti ymmärrettäviksi ja täten vähentävät informaation luotettavuutta. Myös enemmän segmenttikohtaista informaatiota kultakin segmentiltä julkistettaessa joudutaan suuremmalla todennäköisyydellä tekemään informaation luotettavuutta vähentäviä kohdistuksia. (Pacter 1994, 56) Pacter (1994, 19) tutki liiketoiminnallista ja maantieteellistä segmenttiraportointia otoksenaan 1062 melko suurta yritystä 32 maasta. Tutkimuksessaan hän havaitsi käänteisen yhteyden liiketoiminnallisten ja maantieteellisten segmenttien lukumäärän ja segmenttiä kohden julkaistun informaation välillä. Suomalaiset, ranskalaiset, saksalaiset, italialaiset sekä sveitsiläiset yritykset olivat kärkipäätä raportoitujen liiketoiminta- ja maantieteellisten segmenttien määrällä mitattuna, mutta vain harva näistä yrityksistä raportoi muuta segmenttikohtaista informaatiota kuin segmentin tuotot. Havainto ei ole yllättävä, sillä segmenttien määrän kasvaessa joudutaan tekemään enemmän kohdistuksia, jotta voitaisiin määrittää segmenttikohtainen tulos sekä segmentin

varat. Seurauksena informaation luotettavuus vähenee. (mt. 22)

Valittu segmentin kannattavuuden mittari vaikuttaa myös informaation luotettavuuteen. Mitä lähempänä nettotulosta käytettävä kannattavuusmittari on, sitä enemmän informaation luotettavuutta vähentäviä kohdistuksia joudutaan tekemään. Segmentin nettotuloksen esittäminen vaatii sellaisten erien kohdistamista, joita hallitaan yrityksenlaajuisesti. Näitä ovat muun muassa yleiskustannukset, korot sekä tuloverot. (Pacter 1994, 56) Segmentin nettotulosta todennäköisesti luotettavampi mittari segmentin kannattavuudelle saadaan vähentämällä segmentin tuotoista sen myymien tuotteiden kustannukset tai kaikki segmentille välittömästi kohdistettavissa olevat kustannukset (Pacter 1994, 56 - 57).

Myös valitulla segmentin varojen määritelmällä on vaikutusta segmentti-informaation luotettavuuteen. Mitä enemmän useammalle segmentille yhteisiä ja koko yhtiölle yhteisiä varoja sisällytetään segmentin varoihin, sitä enemmän kohdistuksia joudutaan tekemään. Jos jaettuja varoja on paljon, voi olla mahdollista, ettei järkeviä kohdistuksia ole edes mahdollista tehdä. Sama pätee myös investointien sekä poistojen kohdistamiseen segmenteille. (Pacter 1994, 57)

Silloin kun segmenttikohtainen informaatio pohjautuu ennemminkin rahamäärien kohdistuksiin kuin todelliseen kaupankäyntiin markkinoilla, on tapahtumaa, jota informaatio pyrkii kuvaamaan, vaikeampi hahmottaa ja täten myös informaation luotettavuus vähenee. Segmenttien välinen siirtohinnoittelu on esimerkki tästä. Jos yritys on vertikaalisesti integroitu ja se paloitellaan raportoitaviksi liiketoimintasegmenteiksi, vaikuttaa tämä segmenttien välisten siirtojen määrään vähentäen mahdollisesti informaation luotettavuutta. (Pacter 1994, 57)

2.3.3 Vertailukelpoisuus

Jotta tilinpäätösinformaatio olisi vertailukelpoista, sen käyttäjien tulisi pystyä vertaamaan yrityksen eri ajankohtien tilinpäätöksiä arvioidakseen sen taloudellisen aseman ja toiminnan tuloksen kehitystä. Lisäksi käyttäjien tulisi pystyä vertailemaan eri yritysten tilinpäätöksiä voidakseen arvioida niiden taloudellista asemaa suhteessa toisiinsa. (IASC 1989, Yleiset perusteet: 39)

Vertailukelpoisuutta voidaan segmentti-informaation yhteydessä tarkastella monesta näkökulmasta. Ensinnäkin segmentoitu informaatio tulisi laatia ja raportoida yhdenmukaisesti yrityksen sisällä eli segmenttejä muodostettaessa jokaisen liiketoiminta- ja maantieteellisen segmentin kohdalla tulisi käyttää samoja kriteerejä. Lisäksi samanlaiset tapahtumat tulisi raportoida samoja periaatteita noudattaen kaikille yrityksen liiketoiminta- ja maantieteellisille segmenteille. Segmentti-informaation yhdenmukainen laatiminen yrityksessä edistää segmentoidun informaation merkityksellisyyttä yhden yrityksen taloudellista asemaa ja toiminnan tulosta tarkasteltaessa. (Pacter 1994, 58)

Toisaalta yrityksen segmentoidun informaation tulisi olla yhdenmukaista eri ajankohtina. Tilikaudesta toiseen yrityksen liiketoiminta- ja maantieteelliset segmentit tulisi määritellä samoja periaatteita noudattaen, kuten myös samanlaiset tapahtumat tulisi raportoida samojen periaatteiden mukaan tilikaudesta toiseen. Tällä tavalla liiketoiminta- tai maantieteellisen segmentin vertailukelpoisuus lisääntyy tilikausien välillä. (Pacter 1994, 58)

Kolmanneksi segmentoidun informaation vertailukelpoisuutta voidaan tarkastella siltä kannalta, että segmentti-informaatio tulisi laatia ja raportoida yhdenmukaisesti yrityksestä toiseen. Määritettäessä liiketoiminta- ja maantieteellisiä segmenttejä, samanlaisia kriteerejä tulisi käyttää kaikkien yritysten kohdalla. Myös samanlaiset tapahtumat tulisi raportoida samoja periaatteita noudattaen kaikissa yrityksissä. Tämä lisää eri yritysten tilinpäätösten vertailtavuutta. (Pacter 1994, 59)

Kaikkia edellä mainittuja näkökulmia segmentoitu informaatio ei kuitenkaan kerralla pysty kattamaan. Informaatio, joka edistää yksittäisen yrityksen toiminnan ja sen kehityksen tarkastelua, ei ole välttämättä informaatiota, joka edistäisi yritysten välistä vertailua. (Pacter 1994, 59) Financial Accounting Standards Boardin käyttöön ottama johdon näkökulma vähentää yritysten välistä vertailukelpoisuutta, koska segmentit perustuvat siihen, miten yritys on toimintansa sisäisesti järjestänyt. Lisäksi sisäiseen raportointijärjestelmään perustuvan segmenttikohtaisen informaation esittäminen vähentää vertailukelpoisuutta, koska kaksi eri yritystä saattaa raportoida taloudelliselta kannalta samanlaisen tapahtuman eri tavoilla. Toisaalta johdon näkökulmaan perustuvan segmenttiraportoinnin tulisi lisätä vertailukelpoisuutta

yhden yrityksen sisällä eri ajankohtina. (Herrmann & Thomas 1997b, 41 - 42) Se, millä tavalla segmentoidun informaation olisi tarkoitus edistää vertailukelpoisuutta, tulisi Pacterin (1994, 59) mukaan määritellä segmentti-informaation tavoitteessa.

2.3.4 Ymmärrettävyys

Tilinpäätösinformaation tulisi olla helposti ymmärrettävää sen käyttäjille olettaen, että heillä on kohtuullinen liiketoiminnan, talouden ja kirjanpidon tuntemus sekä halukkuus perehtyä huolellisesti informaatioon. Kuitenkaan informaatiota, joka on merkityksellistä käyttäjien taloudellisessa päätöksenteossa, ei tule jättää pois vain siksi, että se voi joillekin käyttäjille olla liian vaikea ymmärtää. (IASC 1989, Yleiset perusteet: 25)

Ymmärrettävyys voidaan yhdistää monin tavoin liiketoiminnalliseen ja maantieteelliseen segmentti-informaatioon. Ensinnäkin ymmärrettävyys liittyy segmentti-informaation laskentaperiaatteisiin ja oletuksiin. Näitä ovat muun muassa se, missä määrin yhteisiä kuluja ja varoja kohdistetaan segmenteille sekä segmenttien välisten siirtojen hinnoittelu. Lisäksi käyttäjien ymmärrystä lisää tieto siitä, onko esimerkiksi yrityksen yleiskustannuksia, korkoja ja veroja kohdistettu segmenteille niiden tulosta laskettaessa. Toisaalta ymmärrettävyys voidaan liittää segmenttien määrittelyyn eli sen perustan ymmärtämiseen, millä raportoitavat liiketoiminta- sekä maantieteelliset segmentit muodostetaan. (Pacter 1994, 60 - 61)

Pacterin (1994, 61) mukaan se, että tilinpäätöksen käyttäjä ymmärtää kunkin segmentin toimintaympäristön, vaikuttaa yrityksen raportoimien liiketoiminta- sekä maantieteellisten segmenttien ymmärrettävyyteen mahdollisesti jopa enemmän kuin segmentti-informaation laskentaperiaatteet sekä segmenttien määrittelyyn liittyvät seikat. Yrityksen toimintaympäristöön kuuluvat taloudelliset, sosiaaliset, poliittiset ja teknologiset puitteet sekä muut segmentin toimintoihin mahdollisesti vaikuttavat tekijät. Näitä ovat muun muassa yrityksen erityisten toimintojen luonne kullakin liiketoiminta- ja maantieteellisellä segmentillä sekä yrityksen johtamistapa. Tilinpäätöksen käyttäjän saadessa tällaista informaatiota, hän voi arvioida segmentoitua tilinpäätösinformaatiota oikeassa yhteydessä. (mt. 61)

2.3.5 Hyöty-kustannus -tasapaino

Kuten kaiken muunkin tilinpäätösinformaation kohdalla, myös segmentoidusta informaatiosta saatujen hyötyjen tulisi ylittää sen julkaisun kustannukset (Pacter 1994, 61). IASC:n yleisten perusteiden mukaan hyöty-kustannus -tasapaino on ”pikemminkin vallitseva rajoite kuin laadullinen ominaisuus” (IASC, Yleiset perusteet: 44). Periaate rajoittaa laadullisten tekijöiden soveltamista (Pacter 1994, 61).

Informaation hyötyjä ja kustannuksia joudutaan määrittämään pääosin arvionvaraisesti, ja kustannukset eivät välttämättä tule niiden maksettavaksi, jotka informaatiosta hyötyvät. Lisäksi informaatiosta saattavat hyötyä myös muut kuin ne, joille tieto alun perin on tuotettu. Näiden syiden takia kustannus-hyöty- analyysia on vaikea yksittäisessä tapauksessa suorittaa. Hyöty-kustannus- tasapaino tulisi kuitenkin ottaa huomioon erityisesti tilinpäätösnormeja laadittaessa ja myös tilinpäätöksen laatijoiden ja käyttäjien tulisi olla tästä rajoitteesta tietoisia. (IASC, Yleiset perusteet: 44) Toisaalta myös informaation julkistamatta jättämiselle voi olla olemassa kustannus. Näitä voivat olla korkeampi pääomakustannus tilinpäätöksen laatijan näkökulmasta sekä kustannus epätäydellisiin tietoihin perustuvasta investointi- tai luottopäätöksestä tilinpäätöksen käyttäjän näkökulmasta. (Pacter 1994, 61)

2.4 Segmentti-informaation hyödyt ja kustannukset julkaisijalle

Segmentoidusta informaatiosta hyötyvät pääasiassa tilinpäätösinformaation käyttäjät, mutta siitä näyttää olevan hyötyä joillekin yrityksille itselleenkin. Vaikka segmentoidun informaation julkaisusta aiheutuu yrityksille joitakin hyötyjä, ne kantavat kuitenkin suurimman osan aiheutuvista kustannuksista (Boersema & Van Weelden 1992, 34). Principen (2004, 335) mukaan yritysten kokiessa segmentti-informaation laatimisesta ja julkistamisesta haittaa, niillä on taipumus rajoittaa sitä, mitä ne vapaaehtoisesti segmentti-informaationaan julkistavat. Tästä johtuen segmentti-informaation julkistamisen tulisi hänen mukaansa olla pakollista, jos sen halutaan täyttävän informaation käyttäjien tarpeet.

2.4.1 Pääomakustannusvaikutus

On mahdollista, että laadukas segmentti-informaatio vähentää sijoittajien epävarmuutta ja saattaa täten alentaa yritysten pääomakustannuksia. Kun analyytikot saavat riittävästi tietoa, yrityksen osakkeen hinta on pitkällä aikavälillä todennäköisesti korkeampi. Tarvittaessa uutta pääomaa voidaan tämän seurauksena nostaa pienemmällä kustannuksella. (Boersema & Van Weelden 1992, 32) Boerseman ja Van Weeldenin (mt. 32) tekemässä tutkimuksessa yli kolme neljäsosaa analyytikoista sanoi joskus määrittävänsä heikkoa segmentoitua informaatiota julkaisevat yritykset arvoltaan heikommaksi kuin silloin arvostaisi, jos ne julkaisisivat enemmän segmentti-informaatiota.

Segmentti-informaation julkaisun mahdollisesta vaikutuksesta pääomakustannuksiin seuraa myös tilinpäätösinformaation käyttäjille negatiivinen puoli. Yritys saattaa nimittäin määrittää segmenttinsä siten, että tappiolliset liiketoimet peittyvät eikä niitä julkisteta erillisinä segmentteinään. Tämä tehdään siksi, että huono segmentin toiminnan tulos saattaa alentaa yhtiön vieraan ja oman pääoman ehtoisten arvopapereiden arvoa. (Deppe & Omer 2000, 53)

2.4.2 Kilpailuedun menetys sekä muu kaupallinen haitta

Segmentti-informaatiota julkistettaessa myös nykyiset sekä mahdolliset tulevat kilpailijat saavat yrityksen julkaiseman informaation käyttöönsä. Kilpailijoille mahdollisesti hyödyllisen informaation julkistamista pidetään herkkänä etenkin silloin kun ulkomaiset kilpailijat raportoivat erilaista informaatiota (Edwards & Smith 1996, 155). Monikansalliset yhtiöt käyttävätkin aiheutuvaa haittaa kilpailulle perusteena vaatiessaan vähäisempiä tiedonantovaatimuksia (Radebaugh & Gray 2002, 199). Segmentoidun informaation julkaiseminen voi tuhota yrityksen kilpailuedun tai uhata sitä. Kilpailu on kuitenkin tärkeää yhteiskunnassa lisäten innovaatioita, tehokkuutta sekä riskinottoa. Nämä puolestaan lisäävät taloudellista hyvinvointia. (Prodhan 1986, 55)

Segmentti-informaation julkaisun ajankohta ja raportointivaatimusten laajuus ovat yhteydessä aiheutuvan kilpailuhaitan suuruuteen (Prodhan 1986, 55). Huoli siitä, että segmentoidun informaation julkaisu vaikuttaa haitallisesti kilpailuun, lisääntyy raportoitavien segmenttien määrän kasvaessa sekä segmenttikohtaisesti julkistettavan informaation lisääntyessä (Pacter 1994, 22). Haitallinen vaikutus kilpailuun on lisäksi riippuvainen siitä, kuinka monet pitävät yrityksen julkaisemaa segmentti-informaatiota itselleen hyödyllisenä. Myös se, sisältääkö julkaistu informaatio eriä, jotka kuvaavat yrityksen menestystä tietyillä markkinoilla, tiettyjen tuotteiden osalta tai tietyissä asiakasryhmissä, vaikuttaa yrityksen kokeman kilpailuhaitan laatuun. (Prodhan 1986, 55 - 56) Näiden erien avulla kilpailijan on mahdollista saada tietoa yrityksen heikkouksista tai mahdollisuuksista, joita se voi käyttää omaksi hyödykseen (Prencipe 2004, 323). Jos yritys epäilee kärsivänsä kilpailuhaittaa, voi olla, että tämä saa sen julkistamaan heikkolaatuista segmentti-informaatiota. Toisaalta tiedot julkaiseva yritys voi osaltaan käyttää kilpailijoidensa julkaisemaa segmentti-informaatiota omaksi hyödykseen.

Kilpailijat voivat käyttää yrityksen julkaisemaa segmentti-informaatiota muun muassa omien toimintojensa tehokkuuden arvioimiseen sekä löytääkseen uusia liiketoiminta-alueita (OECD 1990, 14). Tarkastelemalla yrityksen raportoimia segmenttejä, kilpailijat voivat saamansa informaation perusteella kohdistaa omia resurssejaan. Segmentin suuria investointeja voidaan pitää merkinä siitä, että yritys ennakoi kyseisen toiminnon olevan kannattava tulevaisuudessa. (Hayes & Lundholm 1996, 263)

Yrityksen tulee täten ottaa kilpailijat huomioon segmenttiraportointistrategiaansa määrittellessä. Raportointistrategiaa määritettäessä tulee kuitenkin huomioida myös pääomamarkkinat, joilla yrityksen arvo määrittyy perustuen sen julkistamaan informaatioon sekä markkinoilla tapahtuvaan ennakointiin sen kilpailijoiden toimista. (Hayes & Lundholm 1996, 263) Hayes ja Lundholm (1996, 263) ovat tutkimuksessaan havainneet, että kilpailun ollessa kovaa, yrityksen arvo on korkein sen julkistaessa kaikilta segmenteiltä samalla tasolla olevat tulokset. Tällä tavalla pääomamarkkinat saavat haluamansa informaation, mutta kilpailijat hyötyvät mahdollisimman vähän yrityksen julkaisemasta segmentti-informaatiosta. Tutkijat

tulivat siihen tulokseen, että toimintojen tulosten erotessa toisistaan, yritykset raportoivat ne yhtenä segmenttinä. Vain silloin kun eri toimintojen tulokset ovat samalla tasolla, ne raportoidaan erillisinä segmentteinään.

Harris (1998, 111) on tutkinut yhteyttä toimialalla vallitsevan kilpailutilanteen sekä sen välillä, mitä toimintoja johto raportoi erillisinä liiketoimintasegmentteinä. Voidaan olettaa, että yksi syy johdon haluttomuuteen julkaista segmentti-informaatiota on se, että kilpailijat saavat näin arvokasta tietoa yrityksestä. Tästä voidaan päätellä, että johto olisi haluttommin julkistamaan segmentti-informaatiota erittäin kilpailullisilla toimialoilla. Harrisin mukaan johto saattaa kuitenkin jättää vähemmän kilpailullisella alalla toimivat segmentit julkistamatta liiketoimintasegmentteinä, jos niiden tulokset ovat suuret. Hänen mukaansa segmentti-informaation julkaisemiseen liittyvä kilpailuhaitta johtuisi siis yritysten halusta suojella tuottavuuttaan ja markkinaosuuksiaan aloilla, joilla kilpailu ei ole niin voimakasta.

Segmentti-informaatioon liittyvä kilpailuhaitta voi olla hieman liioiteltu. Yritys nimittäin harvoin julkaisee niin hienojakoisia segmenttejä, että kilpailijan olisi mahdollista vertailla omia toimintojaan niihin tai löytää niistä itselleen uusi tuote tai palvelu. Joka tapauksessa segmentti-informaatio ei ole sen jaotellumpaa kuin yrityksen, joka toimii yhdellä liiketoimintasegmentillä. Monialaisten ja monikansallisten yhtiöiden julkistaessa segmentti-informaatiota kaikilla yhtiöillä on yhtäläinen informaatio toisistaan, mikä lisää kilpailua. Lisäksi suorilla kilpailijoilla on todellisuudessa myös muita keinoja arvioida yksikön toimintaa kuin tilinpäätösinformaatio. (OECD 1990, 14)

Segmentti-informaation julkaisun aiheuttaman kilpailuhaitan lisäksi on viitattu myös muihin tapoihin, joilla segmentti-informaation julkaiseminen voisi aiheuttaa yritykselle kaupallista haittaa. Työntekijät voisivat esimerkiksi saada segmentti-informaation avulla selville tietyn tuotteen kannattavuuden ja käyttää tätä tietoa hyväksi saadakseen palkat korkeammalle tasolle. Segmentoitu tilinpäätösinformaatio ei kuitenkaan todellisuudessa ole tähän tarkoitukseen riittävän jaoteltua. (OECD 1990, 15)

2.4.3 Laadintakustannukset

Pakollinen tiedonantovelvollisuus voi kasvattaa yrityksen kustannuksia (Prodhan 1986, 4). On väitetty, että segmentoidun informaation laadinnan kustannukset ylittävät informaation julkaisemisesta saatavat hyödyt. Useimmissa tapauksissa yritykset voivat kuitenkin segmentti-informaationa julkistaa tietoa, joka on jo valmiina saatavilla, koska sitä käytetään yhtiön sisällä suunnittelu- ja valvontatarkoituksissa. Tällöin segmentti-informaation tuottamisen kustannusten ei tulisi muodostua suuriksi. (Radebaugh & Gray 2002, 199)

OECD:n (1990, 14) mukaan hyvin johdettu yritys kerää todennäköisesti vielä tarkemminkin segmentoitua tietoa rutiininomaisesti johdolle raportoitavaksi. Jos ulkoiset segmentit vastaavat sisäistä organisaatorakennetta, ei lisäkustannusten tulisi muodostua merkittäviksi. Lisäksi informaation keruun tietokoneistuminen lisää informaation saatavuutta ja sen nopeutta sekä vähentää kustannuksia. Segmentoidun tilinpäätösinformaation julkaiseminen liiketoimintasegmenteittäin voi kuitenkin olla yrityksille kallista, jos toimintaa ei ole organisoitu liiketoiminnoittain (Albrecht & Chipalkatti 1998, 49).

Pienille yrityksille segmentti-informaation tuottamisen kustannukset ovat todennäköisesti merkittävämmät kuin suurille yrityksille (Boersema & Van Weelden 1992, 35). Kustannukset riippuvat kuitenkin suuressa määrin yrityksen luonteesta, kuten siitä, miten vaadittava segmentointi käy yhteen sisäisen raportoinnin rakenteen kanssa sekä miten paljon sillä on segmenteille yhteisiä kuluja ja varoja (OECD 1990, 21). Toisaalta taas pienillä yrityksillä ei välttämättä ole toisistaan erotettavia toimintoja, jotka poikkeaisivat toisistaan riskien ja tuottojen suhteen (Boersema & Van Weelden 1992, 130), jolloin ne eivät joudu toimintaansa segmentoimaan.

2.5 Ongelmat segmentti-informaation laatimisessa

Segmentoitua tilinpäätösinformaatiota laadittaessa tulee vastaan monenlaisia teknisiä ongelmia, jotka voidaan jakaa kahteen pääryhmään. Nämä ovat segmenttien määrittely sekä useammalle segmentille yhteisten tapahtumien käsittely. (OECD 1990, 15) Ongelmat segmenttien muodostamisessa sekä siitä seuraavat ongelmat erien kohdistamisessa ja siirtohinnoittelussa ovat seurausta eroista sisäisen laskentatoimen ja ulkoisen raportoinnin tavoitteiden välillä. Sisäiset laskentatoimenperiaatteet ovat vain yhden yrityksen käytössä, mutta yrityksen ulkoista raportointia säädellään monesta lähteestä. (Prodhan 1986, 58) Ongelmia aiheutuu etenkin silloin, kun segmentit eivät vastaa organisaation sisäisen raportoinnin rakennetta tai sen juridisia yksiköitä (Prencipe 2004, 323).

Prodhanin (1986, 59) mielestä edellä mainittujen ongelmien takia segmenttiraportointiin tarvitaan joustavuutta. Segmenttien määrittelyssä johdon arvostelukyvyllä on tärkeä asema, sillä on mahdotonta esittää kattavia sääntöjä segmenttien määrittämiseen, joita voitaisiin yleisesti soveltaa (OECD 1990, 26). Liika joustavuus ja johdolle annettu valinnanvapaus voivat kuitenkin johtaa siihen, että johto muokkaa informaatiota tavoitteisiinsa sopiviksi informaation käyttäjien tavoitteiden kustannuksella. Jos segmentti-informaation julkistaminen on pakollista, sitä laadittaessa tehtävissä kohdistuksissa johto, joka ei haluaisi vapaaehtoisesti julkistaa segmentti-informaatiota, voi valita tavan, joka vaikuttaa suotuisimmin sen osakekurssiin. (Prodhan 1986, 61)

Segmentoidun informaation laatimisen ongelmakohdat tulevat esiin, jos segmenttien välillä on taloudellista riippuvuutta. Jos segmentit voidaan määritellä siten, että ne ovat vain vähän riippuvaisia toisistaan, informaation laatimisongelmat vähenevät. Jos taas segmentit ovat voimakkaasti riippuvaisia toisistaan, voi segmentoidusta informaatiosta saatu hyöty olla rajallinen sen laatimiseen liittyvien ongelmakohtien seurauksena. (OECD 1990, 16)

Yksi merkittävä yksiköiden välistä riippuvuutta aiheuttava tekijä on vertikaalinen integraatio, mikä tarkoittaa, että yrityksen toiminnot ovat laajentuneet

jompaankumpaan suuntaan tuotantoketjussa raaka-aineesta valmiin tuotteen jakeluun. Tällöin ketjun jokainen yksikkö ostaa suuren osan tuotantopanoksistaan ja myy suuren osan tuotannostaan ketjun toisille yksiköille. (OECD 1990, 28) Jos yritys on erittäin integroitu, niin sen välituotteille ei välttämättä ole olemassa markkinahintaa ja monia tuotteita valmistetaan samoin tuotantolaittein. Tällöin segmentti-informaatioon saattavat vaikuttaa mielivaltaiset kohdistukset sekä kustannusperusteiset siirtohinnot. (Boersema & Van Weelden 1992, 75) Mitä enemmän segmenttejä julkaistaan ja mitä enemmän tietoja niistä annetaan, lisääntyy ongelma entisestään (mt. 159). Segmenttien asianmukainen määrittely kuitenkin yleensä takaa sen, että segmenteille yhteiset erät vähenevät sellaiselle tasolle, että mielivaltaiset kohdistuksetkaan eivät olennaisesti vääristä segmentti-informaatiota (OECD 1990, 35).

Siirtohinnot ovat rahamääräisiä arvoja, joilla tavaroiden tai palvelujen siirtoja yhden yrityksen eri segmenttien välillä hinnoitellaan (Proghan 1986, 57). Siirtohinnot eivät välttämättä vastaa hintoja, joita kaksi toisistaan taloudellisesti riippumatonta yksikköä käyttäisivät tehdessään liiketoimia markkinoilla (OECD 1990, 32). Markkinaperusteinen ja kustannusperusteinen siirtohinnoittelu ovat kaksi vaihtoehtoista ryhmää siirtohinnoittelulle. Markkinaperusteista siirtohinnoittelua, joka perustuu vastaavassa myynnissä ulkopuoliselta saatuun hintaan, pidetään parhaana arviona segmentin kannattavuutta määritettäessä. Segmenttikohtaisesti julkaistujen tulosten laatu heikkenee muuta siirtohinnoitteluperustetta käytettäessä. Markkinahintojen käyttö vähentää manipuloinnin mahdollisuutta ja lisää informaation objektiivisuutta. Lisäksi tilinpäätöksen käyttäjän on mahdollista arvioida paremmin yrityksen johdon toimien tarkoituksenmukaisuutta. (Boersema & Van Weelden 1992, 162 - 163)

Siirtohinnoitteluperusteet voivat vaihdella segmentistä toiseen sekä eri tilikausien välillä (Proghan 1986, 57). Siirtohinnoitteluperusteen julkaiseminen on tärkeää, jotta segmentti-informaation käyttäjät tiedostaisivat mahdolliset ongelmat segmentti-informaatioissa. Pelkän perusteen ilmoittaminen ei kuitenkaan välttämättä auta käyttäjiä ymmärtämään käytetyn siirtohinnoitteluperusteen vaikutusta, sillä ilman tietoa käytetystä siirtohinnasta käyttäjien ei ole mahdollista tehdä oikaisuja julkistettuun segmentti-informaatioon. (Boersema & Van Weelden 1992, 161)

3 SEGMENTTIRAPORTOINTISÄÄNNÖKSET

3.1 Suomen segmenttiraportointivaatimukset

Suomen segmenttiraportointia koskevat vaatimukset sisältyvät kirjanpitoasetukseen (30.12.1997/1339) sekä valtiovarainministeriön asetukseen N:o 538/2002 arvopaperin liikkeellelaskijan säännöllisestä tiedonantovelvollisuudesta. Suomen segmenttiraportointia koskevat säännökset ovat verrattain suppeat kansainvälisiin segmenttiraportointistandardeihin verrattuna.

Suomen kirjanpitoasetus. Suomen kirjanpitoasetuksen 2 luvun 3 §:n 1 momentti velvoittaa yritykset raportoimaan liikevaihtonsa jakautumisen toimialoittain sekä maantieteellisten markkina-alueiden mukaan. Kyseisen jaottelun toimialoihin ja maantieteellisiin markkina-alueisiin kirjanpitovelvollinen voi tehdä tavalla, jonka katsoo tarkoituksenmukaiseksi. Kirjanpitolain uudistamistyöryhmä 1995:n raportissa todetaan, että kirjanpitovelvollinen voi lisäksi halutessaan esittää myös muita liikevaihdon jaotteluita kuten esimerkiksi liikevaihdon jakautumisen tuotantopaikkojen mukaan (Komiteanmietintö 1996:8, 130).

Kirjanpitoasetuksen 2 luvun 3 §:n 2 momentissa säädetään pienille kirjanpitovelvollisille helpotus liittyen tuloslaskelmaa koskevien liitetietojen esittämiseen. Kirjanpitovelvollinen saa nimittäin jättää liikevaihdon jakautumiseen liittyvät liitetiedot kokonaan esittämättä, jos yrityksen kohdalla sekä päättyneellä että sitä välittömästi edeltäneellä tilikaudella on ylittynyt enintään yksi seuraavista rajoista: liikevaihto tai sitä vastaava tuotto 7 300 000 euroa, taseen loppusumma 3 650 000 euroa ja palveluksessa keskimäärin olevien määrä 50 henkilöä. Konsernitilinpäätöstä koskien kirjanpitoasetuksen 4 luvun 1 §:n 1 momentti velvoittaa konsernin emoyhtiön esittämään konsernituloslaskelman ja konsernitaseen liitteenä myös konsernin osalta liikevaihdon jakautumisen toimialoittain ja maantieteellisten markkina-alueiden mukaisesti.

Valtiovarainministeriön asetus. Valtiovarainministeriön asetuksen N:o 538/2002 arvopaperin liikkeellelaskijan säännöllisestä tiedonantovelvollisuudesta 2 luvun 5 §:n 1 momentin 2 kohta sisältää vaatimuksia segmenttiraportoinnista. Se edellyttää osakeyhtiön, jonka osake tai siihen osakeyhtiölain mukaan oikeuttava arvopaperi on julkisen kaupankäynnin kohteena, esittämään tilinpäätöksessään tiedot liikevoiton tai -tappion jakautumisesta päätoimialoittain, jos nämä eroavat olennaisesti toisistaan sekä maantieteellisten alueiden mukaan, jos tieto on olennainen kyseiseen alueeseen liittyvän erityisen riskin tai muun syyn takia. Asetuksessa ei ole annettu kriteerejä, joiden perusteella olennaisuus määritellään.

3.2 Tilinpäätösinformaation kansainväliset toimijat: IASB ja FASB

Vuonna 1973 perustettu laskentatoimen alan kansainvälinen järjestö International Accounting Standards Board on 1970-luvulta lähtien antanut kansainvälisiä tilinpäätöksen laadintaa koskevia standardeja (Räty & Virkkunen 2002, 21). Alun perin järjestö kulki nimellä International Accounting Standards Committee, mutta vuonna 2001 toteutetun laajan organisaatiouudistuksen myötä siitä alettiin käyttää nimitystä International Accounting Standards Board (mt. 23). IASB:n antamilla standardeilla ei ole lainsäädännön kaltaista julkisoikeudellista taustaa. Tällä hetkellä IFRS-standardeja noudattavien yritysten taloudellista raportointia säätelee 41 IAS-standardia sekä viisi IFRS-standardia. IAS-standardit ovat vanhempia standardeja ja nykyään julkaistut standardit kulkevat IFRS-standardin nimellä. (mt. 24)

Yhdysvaltojen tilinpäätöskäytännöllä on merkittävä asema ja se on 1990-luvulla huomattavasti kasvanut siitä syystä, että Yhdysvaltojen pääomamarkkinoilla on ollut tärkeä asema pääoman hankinnassa myös ei-yhdysvaltalaisille yrityksille (Räty & Virkkunen 2002, 363). Financial Accounting Standards Board on elin, joka antaa Yhdysvalloissa tilinpäätösstandardit. Tilinpäätösinformaation tuottamisessa IFRS-normiston ja FASB:n antamien standardien keskeiset perusteet eivät eroa merkittävästi toisistaan, mutta yksityiskohtaisella tasolla on eroa. Yhdysvaltalaiset standardit ovat erittäin yksityiskohtaisia. (mt. 365)

IFRS-säädösten soveltaminen on ollut sallittua Suomessa tietyillä edellytyksillä jo vuodesta 1998 lähtien, mutta harva suomalainen yhtiö on konsernitilinpäätöksensä niiden mukaan tähän mennessä laatinut. Kauppa- ja teollisuusministeriön päätöksen N:o 766/1998 (täyd.1312/1999) mukaan suomalainen yhtiö, jonka osakkeita noteerataan julkisesti, saa laatia virallisen konsernitilinpäätöksensä suoraan IFRS-periaatteiden mukaisesti, jos sen ulkomaisten omistajien osuus ylittää puolet osakekannasta. Myös sellaisille yhtiöille IFRS-muotoisen tilinpäätöksen laadinta on ollut sallittu, joiden osakkeita on julkisen kaupankäynnin kohteena myös OECD-valtiossa, joka on Euroopan talousalueen ulkopuolella. Myös yhdysvaltalaisten standardien noudattaminen sallittiin suomalaisille yhtiöille kauppa- ja teollisuusministeriön täydentäessä edellistä päätöstään.

3.3 Kansainväliset segmenttiraportointistandardit IAS 14 ja SFAS 131

Alkuperäistä IAS 14 -standardia, ”Taloudellisen informaation raportointi segmenteittäin”, seuraavaa uudistettua IAS 14 -standardia, ”Segmenttiraportointi”, on sovellettu 1.7.1998 ja sen jälkeen alkaneilta tilikausilta laadittuihin tilinpäätöksiin. Uusittu standardi sisältää joitakin merkittäviä muutoksia koskien segmenttien määrittelyä sekä segmenttikohtaisesti esitettäviä eriä alkuperäiseen IAS 14 -standardiin verrattuna. Se ei kuitenkaan mennyt uudistuksissaan yhtä pitkälle kuin FASB:n samoihin aikoihin uudistettu standardi.

Financial Accounting Standards Boardin standardi SFAS 131, ”Disclosures about Segments of an Enterprise and Related Information”, korvaa sitä edeltäneen standardin SFAS 14, ”Financial Reporting for Segments of a Business Enterprise”. Yritysten laatiessa segmentti-informaationsa SFAS 14 -standardin mukaan, joka on lähellä nykyistä IAS 14 -standardia, segmentti-informaatiota julkaistiin melko suurikokoisilta segmenteiltä ja analyytikot vaativat eriytetympää informaatiota (Roberts 2002, 426). SFAS 131 -standardia on sovellettu 15.12.1997 jälkeen alkaneilta tilikausilta laadittuihin tilinpäätöksiin ja se sisältää merkittäviä muutoksia sitä edeltävään SFAS 14 -standardiin verrattuna. Suurimpia näistä on johdon näkökulman käyttäminen segmenttejä määritettäessä.

IAS 14 -standardin ja sitä vastaavan amerikkalaisen SFAS 131 -standardin vaatimuksissa on paljon yhtäläisyyttä. Ero niiden välillä on periaatteellisella tasolla segmenttien määritelmässä, mutta IASB ja FASB pyrkivät yhdessä vähentämään eroja standardien välillä. Koska SFAS 131 -standardin perusta segmenttien muodostamiselle saa tukea viime aikojen tutkimustuloksista, voi olla, että IAS 14 -standardin perusta segmenttien muodostamiselle muuttuu tulevaisuudessa amerikkalaiseen suuntaan. (Troberg 2003, 557 - 558). Suomalaisten noteerattujen yritysten tulisi ottaa tämä mahdollinen muutos huomioon segmenttijaosta päättäessään (ma. 563). Tämän takia tässä kappaleessa käsitellään myös SFAS 131 -standardia IAS 14 -standardin ohella.

3.4 Standardien tavoitteet ja soveltaminen

IAS 14 -standardi määrittää periaatteet, joiden mukaan segmenttikohtaista taloudellista informaatiota koskien yrityksen erityyppisiä tuotteita ja palveluja sekä niitä maantieteellisiä alueita, joilla se toimii, raportoidaan. Tavoitteena on, että tilinpäätöksen käyttäjät voisivat saada paremman kuvan yrityksen toteutuneesta tuloksesta, arvioida paremmin yrityksen riskejä ja kannattavuutta sekä tehdä asiantuntevampia arvioita yrityksestä kokonaisuutena. Tilinpäätösten käyttäjille segmentti-informaatio on merkityksellistä arvioitaessa monitoimialaisen tai kansainvälisen yrityksen riskejä ja kannattavuutta, koska ne eivät käy selville konsernin yhteenlasketuista tilinpäätöstiedoista. (IASC 1997, IAS 14) SFAS 131 -standardin tavoitteet ovat muuten yhteneväiset IAS 14 -standardin tavoitteiden kanssa, mutta SFAS 131 -standardissa riskien ja kannattavuuden arvioinnin sijasta tavoitteena on, että tilinpäätöksen käyttäjät pystyisivät arvioimaan paremmin edellytykset yrityksen tuleville rahavirroille (FASB 1997, SFAS 131:3).

IAS 14 -standardia sovelletaan julkistettavaan kokonaiseen tilinpäätökseen, joka on IFRS-standardien mukainen (IASC 1997, IAS 14:1). IFRS-säännösten noudattamisvelvollisuus on rajattu julkisesti noteerattaviin yhtiöihin sekä yhtiöihin, jotka ovat parhaillaan hakeutumassa julkisesti noteerattaviksi. Noteerauksen kohteena voi olla oman tai vieraan pääoman ehtoinen arvopaperi. (IASC 1997, IAS 14:3) IAS 14 -standardin soveltaminen muiden yhtiöiden osalta on suositeltavaa, jos

yhtiö laatii IFRS-standardien mukaisen tilinpäätöksen ja jos yritys esittää vapaaehtoisesti segmentti-informaatiota, sen tulee noudattaa standardin kaikkia vaatimuksia (IASC 1997, IAS 14:4 - 14:5). IFRS-säädökset edellyttävät segmentti-informaation esittämistä vain konsernitilinpäätöksen perusteella, jos julkisesti noteerattu yhtiö on samalla konsernin emoyhtiö (IASC 1997, IAS 14:6).

SFAS 131 -standardia sovelletaan yrityksiin, jotka ovat laskeneet liikkeelle oman tai vieraan pääoman ehtoisia arvopapereita, jotka joutuvat toimittamaan tilinpäätöksensä raha- ja pääomamarkkinoilla pörssiyritysten informaatiota valvovalle SEC:lle (Securities and Exchange Commission) tai jotka laativat tilinpäätöksen tarkoituksenaan laskea liikkeelle arvopapereita. Standardi rohkaisee muitakin kuin listattuja yrityksiä julkaisemaan segmentti-informaatiota, mutta ei anna niille mitään ohjeita sitä koskien. (FASB 1997, SFAS 131:9) Vuosittaisen tilinpäätöksen lisäksi SFAS 131 -standardi vaatii jokaisen raportoitavan segmentin osalta informaatiota myös osavuosisikatsauksessa, mutta tiivistetyssä muodossa kuin varsinaisessa tilinpäätöksessä (FASB 1997, SFAS 131:33). IAS 14 -standardissa ei segmentoitua informaatiota osavuosisikatsauksessa edellytetä esitettäväksi.

3.5 Raportoitavien segmenttien määrittelyminen

3.5.1 Segmenttiraportointiulottuvuudet

IAS 14 -standardissa segmentit jaotellaan liiketoimintasegmentteihin ja maantieteellisiin segmentteihin. *Liiketoimintasegmentti* määritellään standardissa yrityksen erotettavissa olevaksi osaksi, joka tuottaa tuotetta tai palvelua ja johon liittyvät riskit ja kannattavuus eroavat muiden liiketoimintasegmenttien riskeistä ja kannattavuudesta. Tekijöitä, joiden perusteella tuotteiden tai palvelujen yhteen liittymistä arvioidaan, ovat muun muassa

- tuotteiden tai palvelujen luonne
- tuotantoprosessien luonne
- tuotteiden tai palvelujen asiakasryhmä

- tuotteen jakelussa tai palvelun tuottamisessa käytettävät menetelmät
- valvontaympäristön luonne. (IASC 1997, IAS 14:9)

SFAS 131 -standardissa liiketoimintasegmentin sijasta käytetään termiä *operatiivinen segmentti*, joka perustuu johdon näkökulmaan. Periaatteena on, että segmentti-informaatiota esitetään tilinpäätöksessä samalla perusteella, millä johto organisoii yrityksen toimintaa sisäisesti. Koska segmentti-informaatio on jo valmiina, yrityksen tulisi pystyä tuottamaan vaadittava informaatio kustannustehokkaasti sekä ajallaan. (FASB 1997, SFAS 131:4) Deppe ja Omer (2000, 50) toteavat tämän pätevän suurten yhtiöiden kohdalla, mutta olevan epätodennäköisempää pienemmille yrityksille. Niille yrityksille, jotka eivät johda liiketoimintaansa segmentteihin perustuen, voi segmenttien lukumäärän ja koostumuksen määrittäminen olla hankalaa, kallista ja aikaa vievää.

Johdon näkökulman käytön on tarkoitus edesauttaa, että yrityksen vuosikertomuksessa sekä muissa julkaisuissa antama informaatio on yhtenevää (FASB 1997, SFAS 131:5). SFAS 131 -standardin mukaan operatiivinen segmentti on yrityksen osa,

- joka harjoittaa tuottoja kerryttävää ja kuluja aiheuttavaa liiketoimintaa,
- jonka toiminnan tulosta yrityksen operatiivinen johto arvioi säännöllisesti päättäessään yksikölle allokoitavista resursseista perustuen sen saavuttamaan tulostasoon ja
- josta on saatavilla erillistä taloudellista informaatiota. (FASB 1997, SFAS 131:10)

Kaksi tai useampi operatiivinen segmentti voidaan yhdistää yhdeksi segmentiksi, jos ne ovat samanlaisia ominaisuuksiltaan ja jos ne täyttävät kaikki kriteerit, joita edellä käytettiin IAS 14 -standardin mukaisten liiketoimintasegmenttien määrittelyssä. Lisäksi segmenttien yhdistelyn tulee olla standardin tavoitteiden ja pääperiaatteiden mukainen. (FASB 1997, SFAS 131:17)

Maantieteellisen segmentin on IAS 14 -standardin mukaan oltava yrityksen selkeästi erotettavissa oleva osa, jossa tuotetaan tuotteita tai palveluja tietyssä taloudellisessa

ympäristössä ja jonka riskit ja kannattavuus poikkeavat toisenlaisissa taloudellisissa ympäristöissä toimivien osien riskeistä ja kannattavuudesta. Maantieteellisiä segmenttejä määriteltäessä otetaan huomioon

- taloudellisten ja poliittisten olojen samankaltaisuus
- eri alueille sijoittuvien toimintojen läheiset yhteydet
- toimintojen lähekkäisyys
- tietyllä alueella toimintaan liittyvät erityiset riskit
- valuutanvaihtorajoitukset
- valuuttariskit. (IASC 1997, IAS 14:9)

IAS 14 -standardin mukaan maantieteelliset segmentit voivat perustua joko yrityksen tuotantolaitosten, palvelujen tuottamisyksiköiden tai muiden varojen sijaintiin taikka sen markkina-alueiden ja asiakkaiden sijaintiin (IASC 1997, IAS 14:13). Pacterin (1994, 69) mukaan määriteltäessä maantieteellisiä segmenttejä myynnin kohteen perusteella, voi myynnin kohde tarkoittaa joko alkuperäistä ostajaa tai loppukäyttäjää. Maantieteellinen segmentti voi olla yksi valtio, kahden tai useamman valtion muodostama ryhmä tai alue valtion sisällä (IASC 1997, IAS 14:12).

SFAS 131 -standardissa ei ole erikseen maantieteellisiä segmenttejä, mutta se vaatii operatiivisen segmentti-informaation lisäksi joitakin yrityksenlaajuisia tietoja julkaistavaksi lisätäkseen vertailukelpoisuutta eri yritysten välillä. *Yrityksenlaajuinen informaatio* koskee yrityksen tuotteita ja palveluja, maantieteellisiä alueita, joilla se toimii sekä sen pääasiakkaita. Nämä tiedot tulee esittää, jos niitä ei ole esitetty osana raportoituja operatiivisia segmenttejä (FASB 1997, SFAS 131:36 - 39).

3.5.2 IAS 14 -standardin ensisijainen ja toissijainen segmentti

IAS 14 -standardin mukaisessa segmenttiraportoinnissa toinen segmenttiraportointimuodoista valitaan ensisijaiseksi ja toinen toissijaiseksi segmenttiraportointimuodoksi. Yrityksen riskien ja kannattavuuden pääasiallisten lähteiden ja luonteen tulee ratkaista se, valitaanko liiketoimintasegmentti vai maantieteellinen segmentti yrityksen ensisijaiseksi segmenttiraportointimuodoksi.

Toissijaisten riskien ja kannattavuuden lähteiden perusteella määräytyy toissijainen segmenttiraportoinnin muoto. (IASC 1997, IAS 14:26) Yrityksen sisäinen organisaatio- ja johtamisrakenne sekä sisäinen taloudellinen raportointi hallitukselle ja toimitusjohtajalle ovat tavallisesti perustana yrityksen riskien ja kannattavuuden pääasiallisia lähteitä määritettäessä (IASC 1997, IAS 14:27).

Jos yhtiön riskit perustuvat yhtä lailla sekä sen tuotteiden ja palveluiden eroihin että sen toimimiseen toisistaan eroavilla maantieteellisillä alueilla, sen tulee käyttää liiketoimintasegmenttiä ensisijaisena segmenttiraportointimuotona (IASC 1997, IAS 14:27). Yritys voi myös halutessaan esittää sekä liiketoiminnallisista että maantieteellisistä segmenteistä täydelliset segmenttikohtaiset tiedot (IASC 1997, IAS 14:29).

Elleivät yrityksen organisaatorakenne ja sisäinen taloudellinen raportointi perustu tuotteille tai palveluille eivätkä sen paremmin maantieteellisille alueillekaan, tulee yrityksen hallituksen ja toimivan johdon selvittää, liittyvätkö sen kannattavuus ja riskit enemmän sen tuottamiin tuotteisiin ja palveluihin vai maantieteellisiin alueisiin. Tämän perusteella johto voi päättää, kumpi raportointimuodoista tulee ensisijaiseksi. (IASC 1997, IAS 14:27)

3.5.3 Raportoitavat segmentit

IAS 14 -standardin mukaan liiketoiminnallinen tai maantieteellinen segmentti muodostaa raportoitavan segmentin, jos sen tuotoista pääosa saadaan myynnistä ulkopuolisille asiakkaille ja

- segmentin tuotot $\geq 10\%$ kaikkien segmenttien tuotoista *tai*
- segmentin tulos $\geq 10\%$ kaikkien voitollisten segmenttien kokonaistuloksesta tai kaikkien tappiollisten segmenttien kokonaistuloksesta, riippuen kumpi niistä on absoluuttiselta määrältään suurempi *tai*
- segmentin varat $\geq 10\%$ kaikkien segmenttien varoista. (IASC 1997, IAS 14:35)

Rajat ovat samat operatiiviselle segmentille SFAS 131 -standardin mukaan, mutta segmentin tuotoista pääosan ei tarvitse koostua myynnistä ulkopuolisille asiakkaille (FASB 1997, SFAS 131:18).

IAS 14 -standardin mukaan segmentit, jotka eivät täytä edellisiä kriteerejä, voidaan yhdistellä samankaltaisten segmenttien kanssa, jos niiden riskit eivät olennaisesti poikkea toisistaan tai ne voidaan sisällyttää kohdistamattomaan täsmäytyserään (IASC 1997, IAS 14:36). Myös SFAS 131 -standardin mukaan yritys voi yhdistää operatiivisia segmenttejä yhdeksi raportoitavaksi segmentiksi, jos operatiiviset segmentit eivät yksin täytä edellä mainittuja rajoja. Edellytyksenä on kuitenkin, että ne täyttävät suurimman osan kriteereistä, joita edellä käytettiin sekä IAS 14 -standardin mukaisia liiketoimintasegmenttejä määriteltäessä sekä SFAS 131 -standardin mukaisia operatiivisia segmenttejä yhdisteltäessä. (FASB 1997, SFAS 131:19) Operatiiviset segmentit, jotka eivät ole raportoitavia, yhdistetään ja raportoidaan yhtenä eränä erillään kohdistamattomasta täsmäytyserästä (FASB 1997, SFAS 131:21).

Raportoitavien segmenttien lukumäärä määräytyy siten, että erikseen raportoitujen segmenttien konsernin ulkopuolisten kokonaistuottojen tulee ylittää 75 % koko konsernin kokonaistuotoista. Jos kyseinen raja ei ylity, uusia segmenttejä määritellään raportoitaviksi, vaikka ne eivät täyttäisi edellä mainittua ns. 10 %:n sääntöä, kunnes vähintään 75 % konsernin ulkopuolisista kokonaistuotoista sisältyy raportoitaviin segmentteihin. (IASC 1997, IAS 14:37; FASB 1997, SFAS 131:20)

Jos joku segmenteistä on määritelty raportoitavaksi edellisellä tilikaudella, mutta se ei enää täytä raportoitavan segmentin edellytyksiä, on segmentti raportoitava, jos yhtiön johto katsoo sen edelleen merkittäväksi (IASC 1997, IAS 14:42; FASB 1997, SFAS 131:22). Lisäksi tilikaudella ensimmäisen kerran raportoitavaksi määritettävälle segmentille on laadittava vertailutiedot oikaisemalla segmenttitietoja edelliseltä vuodelta siten, että uusi raportoitava segmentti esitetään vertailutiedoissa erillisenä segmenttinä, jos näin on mahdollista tehdä (IASC 1997, IAS 14:43; FASB 1997, SFAS 131:23).

SFAS 131 -standardissa ei määrätä rajaa raportoitavien segmenttien määrälle, mutta se suosittelee, ettei segmenttien määrä ylittäisi kymmentä, sillä liikaa segmenttejä julkaistaessa informaatiosta voi tulla liian yksityiskohtaista (FASB 1997, SFAS 131:24). IAS 14 -standardissa ei esitä rajoja raportoitavien segmenttien määrälle. Tarkka raja segmenttien määrälle ei todennäköisesti ole edes tarpeellinen, sillä Pacter (1994, 79) huomasi tutkimuksessaan suurten yhtiöiden raportoivan maailmanlaajuisesti keskimäärin alle neljä liiketoiminnallista ja maantieteellistä segmenttiä.

3.6 Segmentti-informaation laatimisperiaatteet

IAS 14 -standardin mukaan segmentti-informaatio tuotetaan samojen laatimisperiaatteiden mukaan kuin mitä noudatetaan konsernin tai yrityksen tilinpäätöstä laadittaessa ja esitettäessä. Lähtökohtana standardissa on, että yrityksen hallituksen ja toimivan johdon valitsevat tilinpäätöksen laatimisessa sovellettavat periaatteet ovat hallituksen ja toimivan johdon mukaan sopivimmat ulkoiseen raportointiin. Standardi mahdollistaa kuitenkin myös ylimääräisen segmentti-informaation esittämisen, joka on laadittu sisäisten laskentaperiaatteiden mukaan. (IASC 1997, IAS 14:44 - 14:46) SFAS 131 -standardin mukaan julkaistava segmentti-informaatio laaditaan niiden periaatteiden mukaan, joita yhtiön sisäisessä laskennassa käytetään (FASB 1997, SFAS 131:81).

IAS 14 -standardissa segmentin tuotot, kulut, tulos, varat ja velat on tarkasti määriteltä (IASC 1997, IAS 14:16), kun taas SFAS 131 -standardin mukaan ne vastaavat yrityksen sisäisen laskennan periaatteita. Jokaisen segmentille raportoidun erän tulee olla sama, jota yhtiön johto käyttää päätöksenteossaan. (FASB 1997, SFAS 131:29) Standardin mukaan yrityksen tulee kuitenkin selittää erot konsernitilinpäätökseen verrattuna (FASB 1997, SFAS 131:31).

Jokaiselle segmentille tulee IAS 14 -standardin mukaan kohdistaa tuotot, kulut, varat ja velat, jotka ovat sille välittömästi osoitettavissa tai järkevällä periaatteella kohdistettavissa. Lähtökohtaisesti julkisesti noteeratun yhtiön tulee käyttää omaa sisäisen raportoinnin järjestelmäänsä harkitessaan, mille segmentille kukin

tuloslaskelma- ja tase-erä tulee kohdistaa. (IASC 1997, IAS 14:17) Keskushallinnollisiin sekä yrityksen yleisiin tarkoituksiin käytettäviä varoja ei sisällytetä segmentin varoihin. Kahden tai useamman segmentin yhteiset varat puolestaan sisältyvät segmentin varoihin, jos on olemassa järkevä kohdistusperuste. (IASC 1997, IAS 14:19) SFAS 131 -standardin mukaan jokaisen segmentille raportoidun erän tulee olla sama kuin mikä raportoidaan yrityksen johdolle. Jos kohdistuksia joudutaan tekemään, ne tulisi tehdä järkevää perustetta käyttäen (FASB 1997, SFAS 131:29). IAS 14 -standardin mukaan kahden tai useamman segmentin yhteisesti käyttämät varat kohdistetaan segmenteille vain siinä tapauksessa, että myös vastaavat tuotot ja kulut kohdistetaan kyseisille segmenteille (IASC 1997, IAS 14:47). SFAS 131 -standardi ei puolestaan vaadi tällaista yhteneväisyyttä, mutta vaatii esittämään epäsymmetriset kohdistukset ja niiden vaikutuksen (FASB 1997, SFAS 131:31).

3.7 Segmentti-informaationa esitettävät tiedot

3.7.1 IAS 14:n ensisijainen segmentti ja SFAS 131:n operatiivinen segmentti

IAS 14 - ja SFAS 131 -standardin mukaan yhtiön tulee esittää konsernitilinpäätöksessään liitetietona kunkin ensisijaisena raportoitavan segmentin tai operatiivisen segmentin tuotot eriteltynä tuottoihin myynnistä ulkopuolisille asiakkaille sekä tuottoihin toisten segmenttien kanssa toteutuneista liiketoimista. (IASC 1997, IAS 14:51; FASB 1997, SFAS 131:27) Myös kunkin raportoitavan segmentin tulos tulee esittää (IASC 1997, IAS 14:52; FASB 1997, SFAS 131:27).

IAS 14 -standardin mukaisista ensisijaisista segmenteistä tulee esittää kunkin raportoitavan segmentin varojen yhteenlasketut kirjanpitoarvot ja velat sekä varoihin kuuluvista omaisuuseristä tilikaudella tehdyt poistot, jotka on vähennetty kuluina segmentin tulosta määritettäessä. Lisäksi standardi vaatii esittämään kunkin raportoitavan segmentin osalta sellaisten tilikauden aikana hankittujen omaisuuserien yhteenlasketun hankintamenon, joita odotetaan käytettävän useampana kuin yhtenä tilikautena. (IASC 1997, IAS 14:55 - 14:58) SFAS 131 -standardi vaatii esittämään segmentin kokonaisvarat, mutta segmentin velkoja ei vaadita esitettäväksi. Poistot

tulee esittää sillä edellytyksellä, että ne sisältyvät siihen segmenttikohtaiseen tuloslukuun, jota yhtiön johto tarkkailee. (FASB 1997, SFAS 131:27) Hankittujen omaisuuserien yhteenlaskettu hankintameno tulee julkistaa, jos se sisältyy siihen lukuun, jota yhtiön johto tarkastelee segmentin varoina. (FASB 1997, SFAS 131:28)

Yrityksen tulee IAS 14 -standardin mukaan esittää myös kunkin raportoitavan segmentin osalta sellaisten segmentin kuluihin sisällytettyjen kulujen kokonaismäärä, joihin ei liity maksutapahtumaa (IASC 1997, IAS 14:61). SFAS 131 -standardin mukaan tämä tulee esittää, jos se sisältyy johdon tarkkailemaan segmenttikohtaiseen tuloslukuun (FASB 1997, SFAS 131:27). IAS 14 -standardin mukaan kokonaispoistojen ja muiden merkittävien kulujen, joihin ei liity maksutapahtumaa, esittäminen ei kuitenkaan ole välttämätöntä, jos segmentin osalta esitetään rahavirrat liiketoiminnasta, investoinneista ja rahoituksesta IAS 7 -standardin mukaisin periaattein (IASB 1997, IAS 14:63). ”Rahavirtalaskelmat” - standardi suosittelee esittämään kunkin sellaisen liiketoiminnallisen ja maantieteellisen segmentin liiketoiminnan, investointien ja rahoituksen rahavirrat, josta annetaan segmenttikohtaista informaatiota (IASC 1992, IAS 7:50). SFAS 131 -standardi ei vaadi esittämään segmentin rahavirtalaskelmaa (FASB 1997, SFAS 131:6).

Jokaisen raportoitavan segmentin osalta tulee IAS 14 -standardin mukaan esittää yhteenlaskettu osuus osakkuus- ja muiden pääomaosuusmenetelmällä yhdisteltyjen yritysten voitosta tai tappiosta, mikäli kyseisten osakkuusyritysten toiminta sijoittuu olennaisilta osiltaan tähän yhteen segmenttiin (IASC 1997, IAS 14:64). SFAS 131 -standardin mukaan nämä tulee esittää vain, jos ne sisältyvät segmentin tulokseen sisäisessä raportoinnissa eikä vaatimusta toiminnan keskittymisestä yhteen segmenttiin ole (FASB 1997, SFAS 131:27). Lisäksi IAS 14 -standardi vaatii ilmoittamaan yhteenlasketun sijoituksen kyseisiin yrityksiin kustakin raportoitavasta segmentistä erikseen (IASC 1997, IAS 14:66). SFAS 131 -standardin mukaan sijoitus tulee esittää sillä edellytyksellä, että se sisäisessä raportoinnissa on sisällytetty segmentin varoihin (FASB 1997, SFAS 131:28). SFAS 131 -standardi sisältää vielä joitain muitakin eriä, jotka on raportoitava segmenttikohtaisesti, jos ne sisältyvät siihen tuloslukuun, jota operatiivinen johto tarkkailee (FASB 1997, SFAS 131:27).

Yrityksen tulee IAS 14 - ja SFAS 131 -standardin mukaan esittää raportoitavista segmenteistä annettujen tietojen ja konsernin tai yrityksen tilinpäätökseen sisältyvien kokonaistietojen välinen täsmäytyslaskelma. Laskelmassa täsmäytetään segmenttien tuotot yrityksen ulkopuolisilta asiakkailta saamien tuottojen kanssa, segmenttien tulokset täsmäytetään yrityksen vertailukelpoisen liiketoiminnan tuloksen kanssa ja segmenttien varat täsmäytetään yrityksen varojen kanssa. Lisäksi IAS 14 -standardin mukaan segmenttien velat tulee täsmäyttää yrityksen velkojen kanssa. SFAS 131 -standardi edellyttää täsmäytyslaskelman esittämistä myös kaikkien merkittävien erien kohdalta, jotka on julkistettu segmentti-informaationa. (IASC 1997, IAS 14:67; FASB 1997, SFAS 131:32)

IAS 36 -standardi, ”Omaisuserien arvon alentuminen”, sisältää myös raportointivaatimuksia ensisijaisten segmenttien osalta. Standardi edellyttää IFRS-standardeja soveltavan yrityksen ilmoittavan kunkin ensisijaisen segmentin kohdalta tuloslaskelmaan ja suoraan omaan pääomaan merkityt arvonalentumistappiot sekä arvonalentumistappioiden peruutukset tilikaudella (IASC 1998, IAS 36:116). Lisäksi tilikaudella kirjatusta tai peruutetusta yksittäisestä omaisuserästä yrityksen tulee esittää tilinpäätöksessään se ensisijainen segmentti, johon omaisuserä kuuluu. Kirjatusta tai peruutetusta rahavirtaa tuottavasta yksiköstä tulee ilmoittaa arvonalentumistappion määrä jokaisesta yrityksen ensisijaisen raportointimuodon perusteella raportoitavasta segmentistä. (IASC 1998, IAS 36:117)

3.7.2 IAS 14 -standardin toissijainen segmentti

IAS 14 -standardin mukaan toissijaisesta segmentistä esitettäväksi vaadittavat tiedot riippuvat siitä, kumpi segmenteistä, liiketoiminnallinen vai maantieteellinen, on valittu yrityksen ensisijaiseksi segmenttiraportointimuodoksi. Jos maantieteellinen segmentti raportoidaan ensisijaisena, myös se, perustuuko segmenttijako varojen sijaintiin vai asiakkaiden sijaintiin, vaikuttaa esitettäväksi vaadittavien tietojen määrään.

Maantieteellinen segmentti toissijaisena segmenttinä. Jos liiketoimintasegmentti on yritykselle ensisijainen ja maantieteellinen segmentti toissijainen raportointimuoto, maantieteellisestä segmentistä tulee raportoida seuraavat tiedot:

- segmentin tuotot perustuen ulkopuolisten asiakkaiden sijaintiin jokaisesta maantieteellisestä segmentistä, jonka ulkopuoliset tuotot ovat vähintään 10 % koko yrityksen ulkopuolisista tuotoista,
- segmentin varat perustuen varojen maantieteelliseen sijaintiin jokaisesta maantieteellisestä segmentistä, jonka varat ovat vähintään 10 % kaikkien maantieteellisten segmenttien yhteenlasketuista varoista ja
- investoinnit perustuen varojen sijaintiin jokaisesta maantieteellisestä segmentistä, jonka varat ovat vähintään 10 % maantieteellisten segmenttien yhteenlasketuista varoista. (IASC 1997, IAS 14:69)

Liiketoimintasegmentti toissijaisena segmenttinä. Jos maantieteellinen segmentti on yrityksen ensisijainen segmenttiraportointimuoto ja liiketoimintasegmentti toissijainen raportointimuoto, jokaisesta liiketoimintasegmentistä, jonka ulkopuoliset tuotot ovat vähintään 10 % koko yrityksen ulkopuolisista tuotoista tai jonka varat ovat vähintään 10 % kaikkien liiketoimintasegmenttien yhteenlasketuista varoista, tulee esittää aina seuraavat tiedot:

- segmentin tuotot ulkopuolisilta asiakkailta,
- segmentin varojen yhteenlaskettu kirjanpitoarvo sekä
- tilikauden aikana hankittujen varojen, joita odotetaan käytettävän useampana kuin yhtenä tilikautena, yhteenlaskettu hankintameno. (IASC 1997, IAS 14:70)

Jos yritys raportoi ensisijaisena segmenttiraportointimuotonaan varojen sijaintiin perustuvat maantieteelliset segmentit ja asiakkaiden sijainti poikkeaa varojen sijainnista, yrityksen tulee lisäksi esittää asiakkailta saadut myyntituotot jokaisesta asiakkaisiin perustuvasta maantieteellisestä segmentistä, jonka tuotot myynnistä ulkopuolisille ovat vähintään 10 % koko yrityksen ulkopuolisista tuotoista. (IASC 1997, IAS 14:71) Jos ensisijaisena segmenttiraportointimuotona raportoidaan asiakkaiden sijaintiin perustuvat maantieteelliset segmentit ja yrityksen varojen sijainti eroaa asiakkaiden sijainnista, yrityksen tulee lisäksi esittää jokaisesta varojen sijaintiin perustuvasta maantieteellisestä segmentistä varojen yhteenlaskettu arvo varojen maantieteellisen sijaintipaikan mukaan ja sellaisten tilikauden aikana hankittujen varojen yhteenlaskettu arvo, joita odotetaan käytettävän useampana kuin

yhtenä tilikautena varojen sijainnin mukaan. Edellytys kyseiselle esittämismenettelylle on, että varojen sijaintiin perustuvan segmentin ulkopuoliset tuotot ovat vähintään 10 % koko yrityksen tuotoista myynnistä ulkopuolisille asiakkaille. (IASC 1997, IAS 14:72)

3.7.3 SFAS 131 -standardin yrityksenlaajuinen raportointimuoto

SFAS 131 -standardin mukaan yrityksen tulee raportoida tuotot ulkopuolisilta asiakkailta koskien jokaista tuotetta ja palvelua tai jokaista tuote- tai palveluryhmää (FASB 1997, SFAS 131:37). Maantieteellisiä alueita koskien yrityksen tulee esittää tuotot ulkopuolisilta asiakkailta perustuen asiakkaiden sijaintiin sekä segmentin varat perustuen varojen sijaintiin. Molemmat erät tulee esittää jaoteltuna kahteen osaan: kotimaa ja ulkomaat yhteensä. Lisäksi jokaisen olennaisen maan kohdalta kyseiset tiedot tulee julkistaa erikseen. (FASB 1997, SFAS 131:38)

SFAS 131 -standardin mukaan yrityksen tulee lisäksi esittää informaatiota koskien pääasiakkaitaan. Jos tuotot yksittäiseltä asiakkaalta ovat kymmenen prosenttia tai enemmän yrityksen kokonaistuotoista, yrityksen tulee julkistaa tämä sekä kokonaistuotot jokaiselta tällaiselta asiakkaalta ja segmentti, johon nämä tuotot sisältyvät. (FASB 1997, SFAS 131:39) Tieto pääasiakkaista tuo julki taloudellisen riippuvuuden, muttei tarjoa tietoa tiettyjen segmenttien riskisyydestä, koska asiakkaiden nimiä ei vaadita julkistettavaksi. Analyytikot voivat kuitenkin etsiä lisätietoja tämän informaation pohjalta. (Boersema & Van Weelden 1992, 184) Mikäli asiakkaiden nimet julkaistaisiin tai saadaan muuten selville, näiden pääasiakkaiden toiminnan tulosta tarkkailemalla voitaisiin ennustaa myös yrityksen tulevaa menestystä.

3.7.4 Muut esitettävät tiedot

Siirtohinnoittelu. Esittäessä segmentin tuottoja toisten segmenttien kanssa toteutuneista liiketoimista, määritellään segmenttien väliset siirrot IAS 14 -standardin mukaan sillä perusteella, jota yritys todellisuudessa on käyttänyt kyseisten siirtojen hinnoittelussa. Segmenttien välisen siirtohinnoittelun perusteet sekä niissä

mahdollisesti tapahtuneet muutokset yhtiön tulee esittää tilinpäätöksessään. (IASC 1997, IAS 14:75) SFAS 131 -standardi vaatii myös esittämään perusteet siirroille raportoitavien segmenttien välillä (FASB 1997, SFAS 131:31a).

Laatimisperiaatteiden muutokset. IAS 14 -standardin mukaan noudatettujen laatimisperiaatteiden muutokset, joilla on olennainen vaikutus segmentti-informaatioon, ilmoitetaan ja aikaisempien tilikausien segmenttikohtaiset vertailutiedot oikaistaan, mikäli se on käytännössä mahdollista. Myös muutoksen luonne ja siihen johtaneet syyt tulee esittää. Jos ei ole mahdollista oikaista vertailutietoja uuden käytännön mukaiseksi, tulee siltä tilikaudelta, jolla periaatteita muutettiin, esittää sekä vanhojen että uusien periaatteiden mukainen segmentti-informaatio. (IASC 1997, IAS 14:76) SFAS 131 -standardikin vaatii esittämään yhtäläiset tiedot, jos yritys muuttaa organisaatorakennettaan tavalla, joka muuttaa raportoitavien segmenttien koostumusta (FASB 1997, SFAS 131:34 - 35).

Segmenttien koostumus. IAS 14 -standardin mukaan yrityksen tulee tilinpäätöksessään esittää minkä tyyppisiä tuotteita ja palveluja kuhunkin raportoitavaan liiketoimintasegmenttiin kuuluu sekä esittää kunkin maantieteellisen segmentin koostumus, jollei sitä esitetä muutoin tilinpäätöksessä tai muualla vuosikertomuksessa (IASC 1997, IAS 14:81). SFAS 131 -standardin mukaan yrityksen tulee julkistaa, millä perusteella sen raportoitavat segmentit on määritelty ja lisäksi sen tulee julkistaa tuote- ja palvelutyypit, joista kukin raportoitava segmentti saa tuottonsa (FASB 1997, SFAS 131:26).

3.8 Standardien vertailua

Albrecht ja Chipalkatti (1998, 46) uskovat, että vaikka uudistetun IAS 14 -standardin näkökulma poikkeaa SFAS 131 -standardista, niin molemmat ovat oikeita ratkaisuja ottaen huomioon niissä maissa vallitsevat olosuhteet, joissa näitä standardeja sovelletaan. Tätä kirjoittajat perustelevat sillä, että ei ole olemassa kansainvälisiä rahoitusmarkkinoita vaan ainoastaan eri maissa toimivia markkinoita, jotka eroavat sosiaalisilta, poliittisilta sekä taloudellisilta tekijöiltään. Lisäksi eri maissa toimivat yritykset ovat erilaisten säännösten ja kirjanpito vaatimusten alaisia.

Näiden kaikkien tekijöiden yhteisvaikutuksen seurauksena johtamistyyli eroavat eri maissa. Täten siis SFAS 131 -standardin valitsema johdon näkökulma voisi olla huono ratkaisu sovellettaessa samaa standardia useissa eri maissa. IASC valitsi riski-tuotto- näkökulman, koska se voidaan ymmärtää ja sitä voidaan soveltaa eri kulttuureissa ja rahoitusmarkkinoilla. (ma. 52)

Robertsin (2002, 425) mukaan ei ole kuitenkaan varmaa, että liiketoiminnallinen ja maantieteellinen segmentti-informaatio ovat aina erityisen hyödyllisiä. Jos yritys on organisoitu eri tavalla, organisaation sisäiseen rakenteeseen perustuva raportointi voisi olla hyödyllisempää. Jos organisaation sisäinen rakenne ei perustu liiketoiminnallisiin ja maantieteellisiin segmentteihin, julkaistu segmentti-informaatio on keinotekoisista ja epäolennaisista analysoitaessa yrityksen todellisten segmenttien riskejä ja tuottoja (Albrecht & Chipalkatti 1998, 49).

Herrmann ja Thomas (1997a, 488) toteavat, että johdon näkökulmaan perustuva segmentoitu vuosikertomusinformaatio voi olla hyödyllisempää tilinpäätöksen käyttäjälle, koska segmentit ovat samat, joita johto tarkastelee. Tämä voi auttaa informaation käyttäjiä ymmärtämään paremmin johdon näkökulmaa kuten myös avainlukuja, joita johto pitää tärkeinä. Lisäksi ulkoisen segmentti-informaation tuottamisesta aiheutuvien lisäkustannusten tulisi olla alhaiset, koska segmentti-informaatio tuotetaan jo yrityksen johdon käyttöön (FASB 1997, SFAS 131:60). Yrityksen sisäisen rakenteen pohjalta määritetyt segmentit tekevät myös segmenttien määrittämisestä objektiivisempaa sekä todennettavaa (Albrecht & Chipalkatti 1998, 49).

Molempien standardien segmenttien määrittelytapoja voidaan perustella tutkimustuloksilla. Maines, McDaniel ja Harris (1997) tutkivat kahden erilaisen segmenttien määrittelytavan vaikutusta sijoitusanalyttikoiden arvioihin. Segmentit ryhmiteltiin yrityksen sisäiseen raportointiin pohjautuen tai ryhmittämällä samanlaisia tuotteita yhteen segmenttiin. Ensimmäinen määrittelytapa vastaa SFAS 131 -standardia ja jälkimmäinen entistä SFAS 14 -standardia, joka käytännössä vastaa nykyisin voimassa olevaa IAS 14 -standardia. Tutkijat päätyivät johtopäätökseen, että analyttikot pitävät segmenttiraportointia luotettavampana

yrittäjien ulkoisen raportoinnin vastatessa yrityksen sisäistä rakennetta verrattuna tilanteeseen, jossa ulkoinen ja sisäinen raportointi eroavat toisistaan. Luottamus oli myös korkeampi silloin, kun samanlaisia tuotteita yhdisteltiin yhteen segmenttiin verrattuna tilanteeseen, jossa erilaisia tuotteita yhdistettiin yhdeksi segmentiksi. Ulkoisen ja sisäisen raportoinnin vastatessa toisiaan segmentin sisältämien tuotteiden samankaltaisuuden ei todettu merkittävästi vaikuttavan analyytikoiden arvioihin. Kuitenkin tapauksessa, jossa yrityksen ulkoinen raportointi ei vastannut sisäistä raportointia, samanlaisten tuotteiden ryhmittelemisen segmentiksi todettiin parantavan segmenttiraportoinnin luotettavuutta. Tämän tutkimuksen perusteella sekä SFAS 131 -standardin että IAS 14 -standardin mukainen segmenttien määrittely parantaa osaltaan analyytikoiden luottamusta segmenttiraportointiin.

Bergerin ja Hannin (2003) tutkimus puolestaan puoltaa SFAS 131 -standardin näkökulmaa. Tutkijat vertasivat vuodelle 1997 laadittua SFAS 14 -standardin mukaista segmentti-informaatiota sekä vuoden 1998 tilinpäätöksissä SFAS 131 -standardin vaatimuksia vastaavaksi päivitettyä segmentti-informaatiota vuodelle 1997. Otokseen sisältyi 2999 yritystä. Tutkijat totesivat uuden SFAS 131 -standardin lisäkkeen julkistettavien segmenttien määrää sekä julkistettavan segmentti-informaation määrää. Otokselle yrityksiä, jotka muuttivat segmenttiensä lukumäärää uuteen standardiin siirryttäessä, havaittiin myös, että analyytikoiden ennustevirheet vähenivät merkittävästi SFAS 131 -standardin soveltamiseen siirtymistä seuraavalla ajanjaksolla.

4 AIKAISEMMAT TUTKIMUKSET

Segmenttiraportointia käsittelevät tutkimukset ovat keskittyneet liiketoiminnallisiin segmentteihin, mutta viime aikoina on alettu kiinnittää enemmän huomiota myös maantieteelliseen segmenttiraportointiin. Lisäksi tutkimukset ovat keskittyneet segmentti-informaation tutkimiseen käyttäjän näkökulmasta, mutta segmenttiraportointia on vain vähäisessä määrin tarkasteltu informaation laatijan kannalta. Monet tilinpäätöksiä koskevat tutkimukset keskittyvätkin sijoittajiin ja niillä on tapana jättää huomioimatta dokumentin laatijan kanta (Bence, Hussey & Wilkie 1992; ks. Edwards 1995, 152). Koska tutkielman empiirinen osa käsittelee segmentoitua informaatiota laatijan näkökulmasta, käsitellään seuraavassa tällaisia tutkimuksia tarkemmin.

4.1 Tutkimukset informaation käyttäjän näkökulmasta

Prodhan on jakanut aiemmat segmentti-informaatiota käsittelevät tutkimukset neljään ryhmään. Nämä ovat käyttäjälähtöiset tutkimukset (user behaviour studies), ennustuskysytutkimukset (predictive ability studies), sisältöanalyttiset tutkimukset (content analysis) sekä markkinavaikutustutkimukset (aggregate market level impact studies). (Prodhan 1986, 117)

Käyttäjälähtöiset tutkimukset. Käyttäjälähtöiset tutkimukset keskittyvät siihen, onko segmentoidusta informaatiosta käyttäjille hyötyä sekä sen ollessa hyödyllistä, mitä hyödyt informaation käyttäjän näkökulmasta ovat. Lisäksi nämä tutkimukset tarkastelevat yksittäisten segmenttikohtaisesti julkistettujen tilinpäätöserien informaation sisältöä. (Prodhan 1986, 117, 119) Esimerkkinä käyttäjälähtöisistä tutkimuksista käy Doupnikin ja Rolfen (1990) tekemä tutkimus, jossa analyytikoille annettiin maantieteellistä segmentti-informaatiota, joka vaihteli segmenttien määrän sekä niiden tarkkuustason suhteen. Tutkijat havaitsivat analyytikoiden ennakoiman sijoitukseen liittyvän riskin olevan yhteydessä julkistettujen segmenttien määrään. Segmentti-informaatio oli kuitenkin todella hyödyllistä ainoastaan silloin, kun

julkistettujen segmenttien koettiin eroavan toisistaan niihin liittyvien riskien suhteen.

Ennustuskkytutkimukset. Toisen ryhmän muodostavat ennustuskkytutkimukset, jotka tutkivat empiirisesti segmentoidun informaation hyödyllisyyttä päätöksenteossa. Toisin kuin edellisen ryhmän tutkimukset, nämä tutkimukset eivät tarkastele päätöksentekijän käyttäytymistä tai mielipiteitä segmentti-informaation hyödyllisyydestä, vaan keskittyvät parempien tilinpäätöskäytäntöjen määrittämiseen. Segmentoidun informaation yhteydessä ennustuskkytutkimukset käsittelevät sitä, missä määrin segmentoitu informaatio parantaa konsernituottojen ja -tuloksen ennustettavuutta. (Prodhan 1986, 126 - 127) Tähän ryhmään kuuluvat tutkimukset perustuvat tutkijoiden itse luomiin ennusteisiin yritysten toiminnan tuloksesta. Näiden tutkimusten tuloksia tarkasteltaessa tulee ottaa huomioon niiden perustuvan olettamukselle, että ainakin jotkut toimijat markkinoilla käyttävät segmentti-informaatiota tällä tavalla. (Roberts 2002, 435)

Kinney oli (1971) ensimmäinen tutkija, joka käytti liiketoiminnallista segmentti-informaatiota ennustetarkoituksiin. Hän ennusti eri ennustemalleja käyttäen ryhmälle vapaaehtoisesti segmentti-informaatiota julkistaneita yrityksiä konsernituloksen vuosille 1968 - 1969. Kinney päätyi tutkimuksessaan siihen, että segmenttikohtaisia liikevaihto- ja tulostietoja käyttäen tehdyt ennusteet ovat keskimäärin tarkempia kuin koko konsernin vastaavaan informaatioon perustuvat ennusteet. Tutkimuksen otos ei kuitenkaan ollut satunnaisesti valittu, joten tulokset eivät välttämättä olleet yleistettävissä.

Collins (1976) laajensi Kinneyn tutkimusta kasvattamalla tutkittavien yritysten määrää. Tutkimuksen satunnaisotos muodostui 96 yrityksestä, jotka julkistivat segmentti-informaatiota sen jälkeen, kun se tuli pakolliseksi Yhdysvalloissa. Collinsin tulokset vahvistavat Kinneyn saamia tuloksia. Segmentin tuloksen käyttö ennusteissa segmenttikohtaisen liikevaihdon lisäksi ei kuitenkaan parantanut merkittävästi ennustetarkkuutta verrattuna siihen, että käytettiin ennusteissa koko konsernin tulosta ja segmenttikohtaista liikevaihtoa.

Sisältöanalyttinen tutkimus. Sisältöanalyttinen tutkimus on keskittynyt tutkimaan, missä määrin informaation julkistaminen eroaa eri yritysten välillä sekä siihen, mistä mahdolliset erot johtuvat. (Prodhan 1986, 140) Esimerkkejä viimeaikaisesta sisältöanalyttisestä tutkimuksesta ovat Herrmannin ja Thomasin (2000) sekä Prather-Kinseyn ja Meekin (2004) tutkimukset.

Herrmann ja Thomas (2000) vertailivat SFAS 131 -standardin mukaan raportoitua segmentti-informaatiota SFAS 14 -standardin mukaan raportoituun. Tutkittavaan ryhmään kuului 100 Yhdysvaltojen 250 suurimmasta yrityksestä. Tutkijat havaitsivat, että yli kaksi kolmannesta yrityksistä määritteli uudelleen ensisijaiset toiminnalliset segmenttinsä alkaessaan soveltaa SFAS 131 -standardia. Segmentti-informaatiota julkaisevien yritysten määrä on kasvanut uuden standardin myötä ja yritykset julkaisevat enemmän eriä kutakin toiminnallista segmenttiä kohti. Lisäksi maantieteellisen segmentti-informaation julkaisu maittain on lisääntynyt. Niiden yritysten määrä, jotka julkaisevat maantieteellisen segmentin tuloksen, on kuitenkin vähentynyt, koska tätä erää ei enää vaadita esitettäväksi.

Prather-Kinsey ja Meek (2004) tutkivat uudistetun IAS 14 -standardin vaikutusta yritysten segmenttiraportointiin ja totesivat sen olevan vaihtelevaa. Otoksena oli 211 yritystä vuosilta 1997 - 1999, jotka tilinpäätöksessään mainitsevat soveltavansa IAS-standardeja. Uudistetun IAS 14 -standardin myötä segmenttikohtaisesti esitetty informaatio lisääntyi ja raportoitujen segmenttien määrä kasvoi marginaalisesti. Yritykset vastaavat tutkijoiden mukaan standardin vaatimuksiin, mutta eivät ole niitä kokonaan omaksuneet. Heidän tutkimuksensa perusteella on todennäköistä, että etenkin yritykset, joilla ei ole Big Five¹ -tilintarkastajaa, raportoivat heikkolaatuista segmentti-informaatiota.

Markkinavaikutustutkimukset. Prodhanin neljännen ryhmän muodostavat tutkimukset, jotka käsittelevät segmentoidun informaation julkistamisen kokonaisvaikutusta markkinoilla. Nämä tutkimukset yhdistävät edellisten ryhmien tutkimusten vaikutukset. (Prodhan 1986, 142) Esimerkkinä tämän ryhmän tutkimuksista voidaan mainita Prodhanin oma tutkimus vuodelta 1986, joka oli

¹ ryhmä kansainvälisiä tilintarkastus- ja kirjanpitoyrityksiä (nykyään Big Four)

ensimmäinen maantieteellistä segmenttiraportointia käsittelevä tutkimus.

Prodhan (1986) tarkasteli 21 iso-britannialaista yritystä, jotka julkistivat maantieteellistä segmentti-informaatiota ensimmäisen kerran joulukuussa 1977 ja vertaili niitä 15 yritykseen, jotka olivat julkistaneet maantieteellistä segmentti-informaatiota vähintään vuodesta 1973 lähtien. Hän havaitsi, että muutokset yrityksen betassa olivat merkittävässä yhteydessä segmentoidun informaation julkaisukäytäntöön.

4.2 Tutkimukset informaation laatijan näkökulmasta

Edwards ja Smith (1996) käyttivät Ison-Britannian segmenttiraportointia säätelevän SSAP 25² -standardin voimaantuloa hyväkseen tutkimuksessaan. Standardia on sovellettu Isossa-Britanniassa 1. heinäkuuta 1990 tai myöhemmin alkavilta tilikausilta laadittuihin tilinpäätöksiin. Edwardsin ja Smithin ensimmäisenä tavoitteena oli tutkia, oliko standardin julkistettavaksi vaatima informaatio olemassa jo valmiina yritysten johdon käytettävissä sekä julkaisivatko yritykset tämän tiedon vapaaehtoisesti. Tutkimuksen toisena tavoitteena oli tutkia standardin vaatimukset ylittävän segmentti-informaation julkistamista standardin voimaantulon jälkeen ja kolmantena tavoitteena oli tutkia tilinpäätöksen laatijoiden mielipiteitä siitä, onko mikään SSAP 25 -standardin vaatimusten noudattamiseen liittyvistä kustannuksista merkittävä. Edwards ja Smith keräsivät informaatiota talousjohtajille kohdistetulla postikyselyllä, jonka otos valittiin satunnaisesti Times 1000 -listalta. Lisäksi he tekivät kolme haastattelua syventääkseen tietojaan tärkeimmistä kyselytutkimuksen pohjalta esiin nousseista asioista.

Huomattavalla osalla yrityksiä standardin raportoitavaksi vaatimat tiedot olivat valmiiksi saatavilla yritysten sisäisistä raportointijärjestelmistä. Tiedot koskien liiketoimintasegmenttejä olivat kuitenkin useammin saatavilla kuin maantieteellisiä segmenttejä koskevat tiedot. Suurin osa vastaajista ei ollut joutunut tekemään merkittäviä muutoksia laskentajärjestelmiinsä tuottaakseen uuden standardin

² Statement of Standard Accounting Practice 25, Segmental Reporting

vaatiman informaation ja haastatteluissa niissä kahdessa yrityksessä, joiden sisäinen raportointi vastasi ulkoista raportointia, ei segmentti-informaation julkistamiseen liittyviä hallinnollisia kustannuksia pidetty merkittävänä. Yrityksen koon ei nähty olevan merkittävässä yhteydessä hallinnollisiin kustannuksiin.

Ennen SSAP 25 -standardin voimaantuloa yritykset eivät julkaisseet ylimääräistä informaatiota pääosin siitä syystä, ettei se ollut pakollista. Toiseksi tärkein syy julkaisemattomuuteen oli huoli haitallisesta vaikutuksesta kilpailuasemaan. Laatumiskustannuksilla julkaisemattomuutta ei yleisesti perusteltu. SSAP 25 -standardin tultua voimaan suurin osa yrityksistä ei julkistanut standardin vaatimukset ylittävää segmentti-informaatiota.

Standardin voimaantulon jälkeen noin kolmannes yrityksistä oli huolissaan niille pakollisia segmenttiraportointivaatimuksia noudatettaessa aiheutuvasta kilpailuhaitasta. Toimialalla ja yhtiön koolla ei havaittu olevan yhteyttä siihen, miten merkittäväksi kilpailuhaitta koettiin. Haastattelut vahvistivat aikaisempaa tutkimusta, jonka mukaan kilpailuhaitan nähdään johtuvan enemmän maantieteellisten kuin liiketoiminnallisten segmenttien julkistamisesta. Haastatteluissa tuli myös ilmi, että yritysten kokiessa segmentti-informaation julkaisun aiheuttavan kilpailuhaittaa, ne voivat rajoittaa sitä, mitä ne julkaisevat segmentti-informaationa SSAP 25 -standardin mukaan raportoidessaan.

Myös toinen Isossa-Britanniassa tehty tutkimus on tarkastellut segmentti-informaatiota sen laatijan näkökulmasta. Edwardsin (1995) kyselynä suorittaman tutkimuksen ensimmäisenä tavoitteena oli tutkia laatijoiden käsityksiä SSAP 25 -standardin mukaisen segmentoidun informaation hyödyllisyydestä sijoittajille. Toisena tavoitteena oli selvittää, mitä kriteerejä yritykset käyttävät raportoitavien segmenttien määrittelemisessä. Edwards havaitsi tilinpäätöksenlaatijoiden epäilevän segmentoidun informaation hyödyllisyyttä sijoittajille. Lisäksi havaittiin, että segmenttejä määriteltiin suuressa määrin aikaisemman organisaatorakenteen mukaan.

5 TUTKIMUSAINEISTO JA -MENETELMÄT

5.1 Tutkimuksen tavoitteet

Empiirisen osan ensimmäisenä tavoitteena oli selvittää, aiheuttaako siirtyminen IAS 14 -standardin mukaisen segmentti-informaation julkistamiseen ongelmia Helsingin pörssin päälistalla noteeratuille yrityksille. Toisena tavoitteena oli selvittää yritysten talousjohdon suhtautumista segmenttiraportoinnista mahdollisesti aiheutuviin hyötyihin ja kustannuksiin. Tutkimus toteutettiin kyselytutkimuksena.

5.2 Kohderyhmä ja vastausaste

Tutkimuksen perusjoukkona olivat Helsingin pörssin päälistalla noteeratut yritykset, sillä ne joutuvat IAS 14 -standardin mukaista segmentti-informaatiota julkistamaan. Perusjoukosta ei tarvinnut tehdä otosta, sillä koko populaatio on niin pieni, että se voitiin kokonaisuudessaan tavoittaa. Kyselyä ei kuitenkaan lähetetty pankeille ja rahoitusyhtiöille³ sekä vakuutuslalla toimiville yhtiöille⁴. Lisäksi jo IFRS-standardeja soveltavat yritykset jätettiin tutkimuksen ulkopuolelle, koska tarkoitus oli selvittää yrityksille aiheutuvia ongelmia ja talousjohdon asenteita siirryttäessä IAS 14 -standardin soveltamiseen. Helsingin pörssin päälistalla IFRS-standardeja jo soveltavia yrityksiä⁵ oli vuoden 2004 lopulla neljä kappaletta. Tämän lisäksi yksi yritys⁶, joka ei laadi Suomen kirjanpitolain mukaista tilinpäätöstä sekä yksi pörssiin vasta syksyllä 2004 listautunut yritys⁷ jätettiin tutkimuksen ulkopuolelle. (liite 1)

³ Ålandsbanken, CapMan, Nordea Bank, OKO, Sampo

⁴ Pohjola-Yhtymä

⁵ Stora Enso, Huhtamäki, Nokia, TeliaSonera

⁶ OMX

⁷ Kemira GrowHow

5.3 Menetelmät

Tutkimus toteutettiin kyselytutkimuksena. Tiedonhankintatavaksi kysely sopii etenkin silloin, kun kerätään tietoja selvistä tosiasioista ja sen etuna on taloudellisuus haastatteluun verrattuna (Eriksson 1986, 6). Itse kyselyä lähetettäessä tulisi kirje osoittaa sille henkilölle, jonka halutaan lomakkeen täyttävän (Eriksson 1986, 12). Tämä kysely lähetettiin kohdeyritysten taloushallinnon avainhenkilöille, mutta voidaan olettaa, että suurimman osan lomakkeista joku muu on täyttänyt.

Tutkimuksen tekijän vaikutus eliminoituu postikyselyssä ja näin vastaaja voi helpommin vastata arkaluontoisiin kysymyksiin (Jyrinki 1977, 25). Segmentti-informaatiota pidetään arkaluontoisena, joten tämän vuoksi postikysely oli mahdollisesti hyvä valinta tutkimuksen suorittamiseen. Ongelmana kyselytutkimuksessa on se, ettei voida tietää, kuka kyselylomakkeen täytti. Lisäksi ongelmaksi voi muodostua alhainen vastausprosentti sekä se, ettei tiedetä, ketkä ovat jättäneet kyselyyn vastaamatta. (Eriksson 1986, 6) Vastaamattomuus on ongelmallista myös siitä syystä, ettei se ole satunnaista (Jyrinki 1977, 27). Kyselytutkimus valittiin kuitenkin tutkimustavaksi, koska sen avulla voidaan saavuttaa laajempi joukko kuin haastatteluilla. Näin saatiin kattavampi kuva IAS 14 -standardin soveltamisen ongelmakohdista yrityksille sekä siitä, miten yritysten talousjohto kokee lisääntyneen segmentti-informaation julkaisun yrityksiin vaikuttavan.

Yrityksille lähetetty kyselylomake (liite 2) koostui monivalintakysymyksistä, asteikollisista valintavaihtoehtoisista kysymyksistä sekä avoimista kysymyksistä. Asteikolliset valintavaihtoehtoiset kysymykset olivat suljettuja, mutta useimpiin monivalintakysymyksiin jätettiin myös avoin vaihtoehto. Tähän kohtaan vastaaja sai itse kirjoittaa oman vastausvaihtoehdon tilanteessa, jossa mikään annetuista vaihtoehdoista ei sopinut tai hänellä oli muuten jotain lisättävää. Monivalintakysymykset olivat luokitteluasteikollisia ja asteikollisissa valintavaihtoehtoisissa kysymyksissä käytettiin Likert-asteikkoa, joka on järjestysasteikkoinen mittari.

Suljettujen kysymysten etuna on se, että vastaaja pysyy valmiiden vaihtoehtojen ansiosta tutkijan tarkoittamassa asiassa. Suljettujen kysymysten vastausvaihtoehdot voivat myös auttaa vastaajaa ymmärtämään, mitä kysymyksellä tarkoitetaan. Suljetut kysymykset ovat myös keskenään vertailukelpoisempia, koska vastaajat joutuvat valitsemaan vastauksensa vaihtoehdoista. Huonona puolena suljetuissa kysymyksissä on, että vastausvaihtoehdot voivat tuntua vastaajasta rajoittavilta ja houkutella hänet vastaamaan, vaikka hänellä ei olisikaan asiaan mielipidettä. (Jyrinki 1977, 99 - 100)

Yksi avoimien kysymysten etuja on, ettei vastaajaa pakoteta valitsemaan vaihtoehtoja ja näin saattaa tulla esille asioita, joita vastausvaihtoehtoja laadittaessa ei välttämättä laatijalle tulisi mieleen. Avoimien kysymysten huono puoli on kuitenkin se, että niihin vastaaminen vie enemmän aikaa sekä vastausvaiheessa että aineiston käsittelyvaiheessa. Vastaajat voivat lisäksi vastata ”kysymyksen vierestä, epäselvästi tai tulkinnanvaraisesti”. (Jyrinki 1977, 97) Postikyselyssä vastaajat joutuvat kirjoittamaan vastatessaan avoimiin kysymyksiin, mikä vaikeuttaa vastaamista ja voi näkyä suurena vastaamattomien määränä. Avoimet kysymykset ovat kuitenkin käyttökelpoisia silloin, kun tutkittava asia on niin monimutkainen, ettei ”aiheeseen liittyviä keskeisiä ulottuvuuksia” ole mahdollista etukäteen hahmottaa. (Jyrinki 1977, 98)

Jos johonkin kysymykseen on jätetty vastaamatta, puuttuva tieto tulkitaan yleensä vastaajan osaamattomuutena tai haluttomuutena vastata kysymykseen. Etenkin postikyselyssä puuttuva tieto voi kuitenkin tarkoittaa, että vastaaja on unohtanut vastata kysymykseen. (Jyrinki 1977, 123) Jos mittaus on suoritettu luokitteluasteikolla, voidaan vastaamatta jättäneistä muodostaa oma ryhmänsä, jota voi analyysissä yhdistellä tai käsitellä omana ryhmänään. Jos mittarina on käytetty järjestysasteikkoa tai sitä tarkempia mittareita, voidaan puuttuvien tietojen luokitus tehdä jälkikäteen. Tämä tapahtuu siten, että vähintään järjestysasteikon täyttävistä muuttujista lasketaan keskiarvot ilman puuttuvia tietoja ja sen jälkeen puuttuvat tiedot sijoitetaan näiden keskiarvojen osoittamiin luokkiin. (Jyrinki 1977, 127)

5.4 Tutkimuksen kulku

Tutkimuksen ensimmäisenä tavoitteena oli kartoittaa ongelmia, joita yrityksille IAS 14 -standardin soveltamiseen siirryttäessä aiheutuu. Suomen tämänhetkiset segmenttiraportointivaatimukset ovat suppeat verrattuna IAS 14 -standardin vaatimuksiin ja kyseisen standardin noudattamisen voidaan olettaa aiheuttavan lisätyötä yrityksille. Kyselylomakkeessa keskityttiin standardin keskeisiin kohtiin, joiden soveltamisessa yrityksille oletettiin aiheutuvan ongelmia. Nämä oletukset perustuvat IAS 14 -standardin vertailuun Suomen nykyisten segmenttiraportointivaatimusten kanssa sekä segmenttiraportointia käsittelevään kirjallisuuteen ja artikkeleihin (mm. Boersema & Van Weelden 1992, Edwards & Smith 1996, Prodhan 1986). Segmentti-informaation laatimisen ongelmia koskevat kysymykset jaettiin kolmeen ryhmään. Nämä olivat segmenttien määrittelemisen, raportoitavaksi vaadittavien erien kohdistaminen segmenteille sekä siirtohinnoittelu.

Segmentti-informaatio on tietoa, jonka yritysten oletetaan kokevan herkäksi. Tästä syystä on hyvä kartoittaa, miten yrityksissä suhtaudutaan lisääntyneeseen segmentti-informaation raportointivelvollisuuteen. Tätä tutkittiin esittämällä erilaisia väittämiä segmentti-informaation mahdollisista vaikutuksista, joita kirjallisuuteen (mm. Boersema & Van Weelden 1992, Pacter 1994, Prodhan 1986) tutustuttaessa tuli ilmi. Lisäksi avoimella kysymyksellä tiedusteltiin, mitä muita hyötyjä tai haittoja vastaajat arvelivat IAS 14 -standardin mukaisen segmentti-informaation julkaisemisen yritykselle aiheuttavan. Tämä tehtiin sen vuoksi, ettei olennaisia vaikutuksia, joita ei etukäteen osattaisi ennakoida, jäisi tulematta tutkimuksessa esille. Lomakkeen lopussa kysyttiin myös, ovatko yritykset aiemmin julkistaneet Suomen vaatimukset ylittävää segmentti-informaatiota sekä syitä julkistamiseen tai julkistamatta jättämiseen. Näin saatiin kuva siitä, miten kyselyyn osallistuneissa yrityksissä on aiemmin suhtauduttu segmentti-informaation julkistamiseen. Lisäksi lomakkeen loppuun jätettiin tilaa segmenttiraportointia koskeville ylimääräisille huomautuksille.

Yhteensä kyselylomakkeita lähetettiin 88 kappaletta. Kysely lähetettiin kohdeyrityksen talousjohtajalle tai muulle vastaavalle henkilölle. Sopivan henkilön

nimi etsittiin yrityksen internetsivuilta tai vuosikertomuksesta. Kysely lähetettiin viikolla 50 ja viimeinen palautuspäivä ajoitettiin viikolle 53. Vastaajille jäi noin kolme viikkoa vastausaikaa. Huolimatta kyselyn huonosta ajankohdasta ja siitä, että kysely oli melko pitkä, saatiin melko hyvä vastausprosentti. Kyselyn lähettäminen aiemmin syksyllä olisi kuitenkin mahdollisesti lisännyt vastausten määrää.

Vastauksia saatiin varsinaisen vastausajan sisällä 31 kappaletta. Vajaan viikon kuluttua viimeisestä palautuspäivästä niille henkilöille, joille kyselylomake oli lähetetty, lähetettiin vielä sähköpostiviesti muistutukseksi kyselystä ja annettiin runsas viikko lisää vastausaikaa. Muistutusviesti tuotti viisi vastausta lisää. Yhteensä täytettyjä kyselylomakkeita palautettiin 36 kappaletta eli 40,9 % kohdeyrityksistä otti osaa kyselyyn. Tämän lisäksi kahdesta yrityksestä ilmoitettiin, että yritys tulee raportoimaan vain yhden segmentin ja kyselyyn ei täten vastattu. Yksi yritys ilmoitti jättävänsä vastaamatta, koska he eivät olleet vielä julkistaneet toimintatapaansa segmenttiraportoinnin suhteen eivätkä täten olisi voineet vastata luotettavasti kyselyyn. Yhdestä yrityksestä ilmoitettiin heille tulevan suuren kyselyiden määrän takia tehdystä päätöksestä, ettei yhteenkään kyselyyn vastata. Tämän lisäksi kolmesta yrityksestä otettiin yhteyttä ja todettiin, ettei kyselyyn kiireiden vuoksi pystytä vastaamaan.

Kyselylomakkeista saadut vastaukset syötettiin Excel-tilukkolaskentaohjelmaan, jossa niitä analysoitiin. Ristiintaulukoinnit tehtiin SPSS -tilasto-ohjelmalla. Tutkimus on luonteeltaan deskriptiivinen. Vastausten analysointia vaikeutti se, että yhtiö voi valita ensisijaiseksi segmenttiraportointimuodokseen joko liiketoimintasegmentin tai maantieteellisen segmentin ja täten myös yhtiön toissijainen segmenttiraportointimuoto voi olla liiketoiminnallinen tai maantieteellinen. Julkistettavaksi vaadittavat tiedot eroavat toisistaan ensi- ja toissijaisen segmentin osalta. Lisäksi tulosten tulkintaa vaikeutti se, että kaikki yritykset eivät välttämättä lainkaan raportoi toissijaista segmenttiraportointiulottuvuutta.

6 PÖRSSIYRITYSTEN SIIRTYMINEN IAS 14 -STANDARDIN SOVELTAMISEEN

6.1 Ongelmat segmentti-informaation laadinnassa

IAS 14 -standardin tarkoituksena ei ole lisätä laadittavien raporttien määrää, vaan kertoa jo olemassa olevan raportointijärjestelmän pohjalta vaadittavia tietoja. Käytännössä muutoksia sisäiseen raportointiin voidaan kuitenkin usein joutua tekemään, jotta segmenttiraportoinnissa tarvittava tieto saataisiin yrityksen sisäisestä raportoinnista. (Nyrhi & Halonen 2002, 12)

Kyselytutkimuksella kartoitettiin segmentti-informaation laatimiseen liittyviä ongelmia sekä niiden laajuutta. Kysymyksistä saatuja tuloksia käsitellään kahdessa ryhmässä. Nämä ovat segmenttien määrittelyminen sekä erien kohdistaminen segmenteille ja segmenttien välinen siirtohinnoittelu.

6.1.1 Segmenttien määrittelyminen

Rönkön (2002, 12) mukaan suomalaiset noteeratut yhtiöt määrittelevät jo nyt segmentit pitkälle samojen näkökulmien mukaan kuin IAS 14 -standardi edellyttää, mutta eroja saattaa kuitenkin syntyä, koska yhtiöt ovat tähän asti voineet melko vapaasti päättää segmenttiensä muodostuksesta. Suomalaisessa kirjanpitoikäytännössä ei ole olemassa kriteerejä segmenttien muodostamiselle. IAS 14 -standardi puolestaan sisältää tarkat säännöt segmenttien muodostamisesta.

Segmentti-informaation laatimista koskevien kysymysten ensimmäisessä osassa oli tarkoitus selvittää, miten segmentit on yrityksissä määritelty ja mitä ongelmia määrittelyyn on liittynyt. Segmenttien määrittelyminen sisältää sekä valinnan ensi- ja toissijaisesta segmentistä että sen, miten liiketoiminta- ja maantieteelliset segmentit käytännössä määritellään. Kysymyksiä analysoitaessa jouduttiin ottamaan huomioon, että yritys voi valita ensisijaiseksi segmenttikseen joko liiketoimintasegmentin tai

maantieteellisen segmentin.

TAULUKKO 1. Valittu ensisijainen segmenttiraportointimuoto

Ensisijainen segmenttiraportointimuoto	% yrityksistä (yritysten lukumäärä)
Liiketoimintasegmentti	89 (32)
Maantieteellinen segmentti	11 (4)
Molemmat segmentit raportoidaan ensisijaisina	0 (0)
Yhteensä	100 (36)

Kysymyksellä 1 kartoitettiin, millä perusteella yritykset tulevat raportoimaan ensisijaisen segmenttiraportointimuotonsa. Kuten yllä olevasta taulukosta 1 havaitaan, niin kyselyyn osallistuneista 36 yrityksestä suurin osa vastasi valinneensa liiketoimintasegmentin ensisijaiseksi segmenttiraportointimuodokseen. Vain noin joka kymmenes vastaajista ilmoitti yrityksen tulevan raportoimaan ensisijaisena segmenttiraportointimuotonaan maantieteellisen segmentin. Kukaan vastaajista ei ilmoittanut yrityksen tulevan raportoimaan molempia segmenttejä ensisijaisina.

TAULUKKO 2. Ensisijaisen segmenttiraportointimuodon valintaperusteet ja tiettyä valintaperustetta käyttäneiden yritysten prosentuaalinen osuus kyselyyn osallistuneista yrityksistä (suluissa yritysten lukumäärä)

Ensisijaisen segmenttiraportointimuodon valintaperuste	% yrityksistä (yritysten lukumäärä)
Yrityksen organisaatorakenne ja sisäinen raportointijärjestelmä osoittavat pääasiallisten riskien ja kannattavuuden lähteen, joka määrää ensisijaisen segmenttiraportointimuodon.	81 (29)
Sekä tuotteet että maantieteelliset alueet vaikuttavat yhtä paljon yrityksen riskeihin ja kannattavuuteen, joten liiketoimintasegmentti on valittu standardin edellyttämällä tavalla ensisijaiseksi segmenttiraportointimuodoksi.	6 (2)
Sisäinen raportointi ei perustu tuotteisiin eikä maantieteellisiin alueisiin, joten yrityksen hallitus ja toimiva johto ovat määrittäneet yrityksen pääasiallisten riskien ja kannattavuuden lähteiden perusteella ensisijaisen segmenttiraportointimuodon.	6 (2)
Muu peruste	3 (1)
Vastaamatta jättäneet sekä epäloogisesti vastanneet	6 (2)
Yhteensä	100 (36)

Kysymyksellä 2 oli tarkoitus selvittää, miten valinta ensisijaiseksi segmentiksi on tehty. Taulukosta 2 huomataan, että suurin osa yrityksistä on pystynyt perustamaan päätöksen ensisijaisesta segmenttiraportointimuodosta yrityksen

organisaatiorakenteeseen ja sisäiseen raportointijärjestelmään. Vain muutamassa yrityksessä, joiden sisäinen raportointi ei perustu tuotteisiin eikä maantieteellisiin alueisiin, on jouduttu valitsemaan ensisijainen raportointimuoto standardin edellyttämällä tavalla yrityksen hallituksen sekä toimivan johdon määrittämien yrityksen pääasiallisten riskien ja kannattavuuden lähteiden perusteella. Yksi ”muuten” -vaihtoehdon valinnut vastaaja ilmoitti sisäisen laskennan tukevan molempia segmenttejä, mutta tarkastelussa tulleen kuitenkin ilmi, että riskit ja kannattavuus riippuvat pääosin liiketoimintasegmentistä.

TAULUKKO 3. Ongelmat ensisijaisen segmenttiraportointimuodon valinnassa

Ongelmia ensisijaisen segmenttiraportointimuodon valinnassa	% yrityksistä (yritysten lukumäärä)
Ei	94 (34)
Kyllä	6 (2)
Yhteensä	100 (36)

Kysymysten 3 ja 4 oli määrä selvittää, onko yrityksillä ollut ongelmia ensisijaisen segmenttiraportointimuodon valinnassa. Yllä olevasta taulukosta 3 huomataan, että vain muutama vastaaja totesi valinnassa olleen ongelmia. Molemmat ongelmia valinnassa kokeneista yrityksistä, joista toinen ei tule lainkaan raportoimaan toissijaista segmenttiulottuvuutta, raportoivat liiketoimintasegmentin ensisijaisena segmenttiraportointimuotonaan. Toinen ongelmia kokenut yritys totesi sisäisen laskennan tukevan molempia segmenttejä ja ongelmia oli aiheuttanut se, kummasta segmenttiraportointiulottuvuudesta riskit ja kannattavuus pääosin riippuvat.

TAULUKKO 4. Toissijaisen segmenttiraportointiulottuvuuden raportointi

Toissijaisen segmenttiulottuvuuden raportointi	% yrityksistä (yritysten lukumäärä)
Raportoidaan	69 (25)
Ei raportoida	31 (11)
Molemmat segmenttiulottuvuudet raportoidaan ensisijaisina	0 (0)
Yhteensä	100 (36)

Kysymys 5 selvitti sitä, kuinka suuri osa yrityksistä tulee raportoimaan segmentti-informaatiota sekä ensisijaisen että toissijaisen segmenttiraportointiulottuvuuden mukaan. Kuten taulukosta 4 huomataan, kyselyyn vastanneista yrityksistä lähes kolmannes aikoo raportoida segmentti-informaatiota ainoastaan ensisijaisen segmenttiraportointiulottuvuuden mukaan. Loput vastaajista raportoivat ensisijaisen segmentin

lisäksi myös toissijaisen segmentin. Kukaan vastanneista ei aio raportoida täydellisiä segmenttikohtaisia tietoja molemmista segmenttiraportointiulottuvuuksista. Neljästä maantieteellisen segmentin ensisijaisena segmenttiraportointimuotonaan julkaisevasta yrityksestä vain yksi aikoo julkaista segmentoitua informaatiota myös liiketoiminnallisen segmenttiulottuvuuden perusteella.

Kysymys 6 kartoitti syitä toissijaisen segmenttiraportointiulottuvuuden raportoimatta jättämiseen. Viidessä lomakkeessa todettiin maantieteellisen segmenttiulottuvuuden tuottavan vain yhden alueen, joten maantieteellinen ulottuvuus jätetään raportoimatta ja yksi yritys ilmoitti jättävänsä liiketoiminnallisen segmenttiulottuvuuden raportoimatta, koska se toimii vain yhdellä liiketoimintasegmentillä. Kaksi vastaajaa katsoi, ettei toissijaisen segmenttiraportointiulottuvuuden raportointi ole heidän tapauksessaan tarpeellista. Lomakkeen loppuun jätettyyn ylimääräisille huomautuksille varattuun tilaan yksi vastaaja oli kirjoittanut IAS 14 -standardin olevan hänen mielestään ”liian pakottava toissijaisen segmentin suhteen”.

Saatujen vastausten perusteella voidaan päätellä, ettei valintaa ensisijaiseksi segmentiksi ole pidetty yrityksissä kovin ongelmallisena. Suurin osa vastaajista on pystynyt perustamaan päätöksensä yrityksen sisäisen laskennan järjestelmään ja vain muutama vastaaja totesi valinnan aiheuttaneen ongelmia. Osasyynä valinnan helppouteen on mahdollisesti myös se, ettei toissijaista segmenttiraportointimuotoa lähes joka kolmannessa yrityksessä tulla lainkaan raportoimaan.

Kysymyksellä 7 oli tarkoitus saada selville, miten yritysten ulkoisesti raportoimat segmentit on määritelty. Siihen, miten yritykset organisoidaan ja miten niitä johdetaan, vaikuttavat useimmiten pääasiallisten riskien lähteet (IASC 1997, IAS 14:13). Tämän vuoksi IAS 14 -standardin mukaan yrityksen organisaatorakenteen ja sisäisen raportointijärjestelmän tulisi olla sen segmenttien määrittelyn pohjana (IASC 1997, IAS 14:27). Näin yritykset myös säästävät kustannuksissa, sillä segmentti-informaationa voidaan julkistaa tietoa, jota jo valmiiksi kerätään organisaation sisäisiin tarkoituksiin. IAS 14 -standardin mukaan segmenttien määrittäminen vaatii kuitenkin johdolta harkintaa ja tätä harkintaa käyttäessään johdon tulisi ottaa huomioon standardin tavoitteet sekä tilinpäätöksen laadulliset ominaisuudet. (IASC 1997, IAS 14:15)

TAULUKKO 5. Raportoitavien segmenttien määrittelytavat ja tiettyä määrittelytapaa käyttäneiden yritysten prosentuaalinen osuus kaikista kyselyyn osallistuneista yrityksistä (suluissa yritysten lukumäärä)

Raportoitavien segmenttien määrittelytapa	% yrityksistä (yritysten lukumäärä)
Segmentit ovat samat kuin hallitukselle ja toimitusjohtajalle raportoivat organisaatioyksiköt.	81 (29)
Jotkut segmentit ovat hallitukselle ja toimitusjohtajalle raportoitavia organisaatioyksiköitä. Muiden osalta on siirrytty alemmalle sisäisen raportoinnin tasolle, jolla tietoja raportoidaan tuote-/palvelulinjoittain tai maantieteellisellä perusteella.	8 (3)
Kaikki segmentit perustuvat alemmalle sisäisen raportoinnin tasolle, jolla tietoja raportoidaan tuote-/palvelulinjoittain tai maantieteellisellä perusteella.	0 (0)
Segmentit on määritelty erikseen yksinomaan ulkoista raportointia varten.	8 (3)
Muuten	3 (1)
Yhteensä	100 (36)

Yllä olevasta taulukosta 5 havaitaan suurimman osan yrityksistä voineen määritellä ulkoisesti raportoitavat segmenttinsä yrityksen organisaatorakenteen ja sisäisen raportointijärjestelmän perusteella. Suurin osa näistä vastaajista ilmoitti ulkoisesti raportoitavien segmenttiensä olevan samat kuin hallitukselle ja toimitusjohtajalle raportoitavat organisaatioyksiköt. Näistä yksi vastaaja kirjoitti kuitenkin, että yrityksen toissijaisena raportoitavat segmentit ovat vain osittain hallitukselle ja toimitusjohtajalle raportoitavia organisaatioyksiköitä ja muiden segmenttien osalta on siirrytty alemmalle sisäisen raportoinnin tasolle. Tämä huomautus osoitti kysymykseen liittyvän puutteellisuuden. Ulkoisesti raportoitavien segmenttien määrittelyä olisi tullut kysyä erikseen molempien segmenttiraportointiulottuvuuksien osalta. Vain muutama yrityksistä oli joutunut määrittelemään segmentit yksinomaan ulkoista raportointia varten. Lisäksi yksi vastaaja kertoi yrityksen raportoimien segmenttien olevan ”ylempi taso sisäisesti raportoitavista yksiköistä”.

Näistä vastauksista voidaan päätellä, että yritysten sisäisesti raportoimat organisaatioyksiköt noudattavat useissa yhtiöissä IAS 14 -standardin segmenttien määritelmiä ja näin niitä ei yleisesti ole tarvinnut muokata ulkoista raportointia varten. Toisaalta saattaa olla, että segmentointi on tehty helpoimman mukaan ja suurin osa yrityksistä on automaattisesti päättänyt raportoida ulkoisina segmentteinään samat yksiköt, joiden mukaan yhtiössä sisäisesti raportoidaan.

Kysymykset 8 ja 9 liittyivät liiketoimintasegmenttien määrittämiseen liittyviin ongelmiin. Kukaan lomakkeen palauttaneista liiketoimintasegmentin ensi- tai toissijaisena segmenttiraportointimuotonaan raportoiva ei kuitenkaan maininnut kokeneensa ongelmia liiketoimintasegmenttien määrittelyssä. *Kysymykset 10 ja 11* käsittelivät puolestaan maantieteellisten segmenttien koostumuksen määrittämiseen liittyviä ongelmia. Koska maantieteellinen segmentti voi olla sekä ensisijainen että toissijainen segmentti ja yritykset voivat jättää sen kokonaan raportoimatta, kuten 22 % (8) kyselyyn osallistuneista yrityksistä tulee tekemään, tarkasteltiin kysymystä erikseen erilaisissa ryhmissä. Tulokset esitetään alla olevassa taulukossa 6.

TAULUKKO 6. Maantieteellisten segmenttien määrittelyssä ongelmia kokeneiden yritysten prosentuaalinen osuus maantieteellisen segmentin raportoivista yrityksistä (suluissa yritysten lukumäärä)

Maantieteellisen segmentin raportointiulottuvuus	Ongelmia maantieteellisten segmenttien määrittelyssä		Yhteensä
	Ei	Kyllä	
Ensisijainen segmenttiraportointimuoto	100 (4)	0 (0)	100 (4)
Toissijainen segmenttiraportointimuoto	79 (19)	21 (5)	100 (24)
Ensi- tai toissijainen segmenttiraportointimuoto	82 (23)	18 (5)	100 (28)

Yhteensä 78 % (28) kyselyyn osallistuneista yrityksistä tulee raportoimaan maantieteellisen segmenttiraportointiulottuvuuden joko ensisijaisena tai toissijaisena segmenttiraportointimuotonaan. Näistä yrityksistä noin viidennes on kokenut ongelmia maantieteellisten segmenttien määrittelyssä. Maantieteellisen segmentin ensisijaisena segmenttiraportointimuotonaan esittävistä yrityksistä ei kukaan todennut maantieteellisten segmenttien määrittelyn aiheuttaneen ongelmia. Niistä kahdeksasta yrityksestä, jotka jättivät maantieteellisen segmentin raportoimatta, kaksi vastasi kokeneensa ongelmia segmenttien määrittelyssä.

Niiden yritysten, jotka ovat kokeneet ongelmia maantieteellisten segmenttien määrittelyssä eivätkä raportoi maantieteellistä segmenttiulottuvuutta, mainitsevat ongelmat liittyivät siihen, että ne pystyvät määrittämään vain yhden maantieteellisen segmentin. Segmenttien määrittelyssä ongelmia kokeneista maantieteellisen segmentti-informaation toissijaisena esittävistä yrityksistä yhden ongelmat johtuivat siitä, että

sisäisessä raportointijärjestelmässä käytettävät segmentit eivät ole maantieteellisten segmenttien määritelmien mukaisia. Lisäksi ongelmia oli tuottanut muun muassa se, tulisiko maantieteellisten segmenttien perustua varojen vai asiakkaiden sijaintiin sekä rajanvedot segmenttien välillä.

Liiketoiminnallisten ja maantieteellisten segmenttien määrittelyssä ei edellisestä päätellen ole koettu paljon ongelmia. Yhdellekään kyselyyn osallistuneelle yritykselle liiketoiminnallisten segmenttien määrittäminen ei ollut tuottanut ongelmia. Maantieteellisten segmenttien määrittely on ollut liiketoiminnallisten segmenttien määrittelyä ongelmallisempaa.

Kysymys 12 liittyi siihen, mihin yrityksen maantieteellinen segmenttijako perustuu. IAS 14 -standardin mukaiset maantieteelliset segmentit voivat perustua joko yrityksen varojen sijaintiin tai sen asiakkaiden sijaintiin (IASC 1997, IAS 14:13). Standardissa todetaan yrityksen organisaation sekä sisäisen raportoinnin rakenteen yleensä osoittavan kummasta pääasialliset maantieteellisten riskien lähteet johtuvat (IASC 1997, IAS 14:14).

TAULUKKO 7. Maantieteellisen segmenttijaon perustat ja tietyn perustan valinneiden yritysten prosentuaalinen osuus maantieteellisen segmentin raportoivista yrityksistä (suluissa yritysten lukumäärä)

Maantieteellisen segmentin raportointiulottuvuus	Maantieteellisen segmenttijaon perusta			Yhteensä
	Myynnin alkuperä	Myynnin kohde	Muut vastaukset	
Ensisijainen segmentti	25 (1)	50 (2)	25 (1)	100 (4)
Toissijainen segmentti	46 (11)	50 (12)	4 (1)	100 (24)
Ensisijainen tai toissijainen segmentti	43 (12)	50 (14)	7 (2)	100 (28)

Kuten yllä olevasta taulukosta 7 havaitaan, maantieteellisen segmenttiraportointiulottuvuuden jossain muodossa raportoivista yrityksistä melkein yhtä suuri osuus ilmoitti valinneensa niin myynnin alkuperään kuin myynnin kohteeseenkin perustuvan maantieteellisen segmentoinnin. Muutama maantieteellisen segmentin raportoivista vastaajista oli valinnut molemmat vaihtoehdot. Tämä johtuu todennäköisesti siitä, että maantieteellisen segmentin ollessa yrityksen ensisijainen segmentti, useat tiedot tulee IAS 14 -standardin

mukaan esittää myös toisen perusteen mukaan, mikäli se on merkittävästi erilainen. Jos maantieteellinen segmentti on yrityksen toissijainen segmentti, ei raportoinnin kannalta ole väliä, onko yritys määritellyt maantieteelliset segmenttinsä asiakkaiden vai varojen sijainnin mukaan. Kummassakin tapauksessa joudutaan kuitenkin raportoimaan yhtäläiset segmenttikohtaiset tiedot, jotka sisältävät sekä asiakkaiden että varojen sijainnin perusteella raportoitavia eriä.

Kysymyksellä 13 oli tarkoitus selvittää, miten maantieteellisen segmenttijaon perusta on määritetty. IAS 14 -standardin mukaan yrityksen tulisi ensisijaisesti yrityksen organisaation ja sisäisen raportoinnin pohjalta määrittää, tulisiko sen maantieteellisten segmenttien pohjautua asiakkaiden vai varojen sijaintiin (IASC 1997, IAS 14:14). Taulukossa 8 esitetään saadut tulokset ryhmiteltynä.

TAULUKKO 8. Maantieteellisen segmenttijaon perustan määrittämistavat ja tiettyä määrittämistapaa käyttäneiden yritysten prosentuaalinen osuus maantieteellisen segmentin raportoivista yrityksistä (suluissa yritysten lukumäärä)

Maantieteellisen segmenttijaon perustan määrittämistapa	Maantieteellisen segmentin raportointiulottuvuus		
	Ensisijainen segmentti	Toissijainen segmentti	Ensi- tai toissijainen segmentti
Organisaation ja sisäisen raportoinnin rakenne osoittaa pääasiallisten maantieteellisten riskien lähteen.	25 (1)	75 (18)	68 (19)
Yrityksen hallitus ja toimiva johto ovat määrittäneet pääasiallisten maantieteellisten riskien ja kannattavuuden lähteen.	25 (1)	17 (4)	18 (5)
Muuten	50 (2)	8 (2)	14 (4)
Yhteensä	100 (4)	100 (24)	100 (28)

Maantieteellisen segmentin joko ensi- tai toissijaisena segmenttinä raportoivista yrityksistä suurin osa on pystynyt määrittämään, tulisiko sen maantieteellisten segmenttien perustua asiakkaiden vai varojen sijaintiin, organisaation ja sisäisen raportoinnin rakenteen pohjalta. Tästä voidaan päätellä, ettei määrittäminen ole tuottanut suuria ongelmia yrityksille.

Maantieteellisen segmentin toissijaisena segmenttinään esittävästä yrityksistä kaksi oli valinnut vaihtoehdon ”muuten”. Näistä vastaajista yksi myynnin kohteen

maantieteellisten segmenttien perustaksi valinnut yhtiö perusteli valintaansa sillä, että segmentti-informaation julkistaminen myynnin kohteen perusteella on ollut ”osa ulkoista raportointia jo vuosikaudet”. Toinen ”muuten” -vaihtoehdon valinnut, joka oli edellisessä kysymyksessä vastannut määrittäneensä segmentit molemmilla perusteilla, vastasi yrityksen esittävän liikevaihdon asiakkaan sijaintipaikan mukaan ja varat sekä investoinnit yhtiön kotipaikan mukaan.

Maantieteellisen segmentin ensisijaisena segmenttinä raportoivista neljästä yrityksestä kaksi kertoi määrittäneensä sen, perustuvatko maantieteelliset segmentit asiakkaiden vai varojen sijaintiin, muulla tavoin. Toinen ilmoitti jokaisessa maassa, jossa yhtiöllä on toimintaa, olevan itsenäiset yhtiöt. Toinen vastaaja puolestaan kertoi maantieteellisten segmenttiensä perustuvan sekä asiakkaiden että varojen sijaintiin.

6.1.2 Erien kohdistaminen segmenteille ja siirtohinnoittelu

IAS 14 -standardin segmenttiraportointisäännökset asettavat uusia ja tiukempia vaatimuksia laskentajärjestelmille sekä konsernin sisäisen raportoinnin toimivuudelle ja tarkkuudelle. Kaikkien konserniyhtiöiden tulisi pystyä kohdistamaan erilaisten liiketoiminnallisten ja maantieteellisten yksiköiden tuotot, kulut, varat, velat sekä investoinnit IAS 14 -standardin segmenttiraportointivaatimusten mukaisesti oikeille segmenteille. (Rönkkö 2002, 14) IAS 14 -standardin mukaan yrityksen tulee käyttää lähtökohtana sisäistä raportointijärjestelmäänsä määritellessään niitä eria, jotka ovat välittömästi osoitettavissa tai järkevällä perustella kohdistettavissa segmentille (IASC 1997, IAS 14:17). Sitä, miten erien kohdistaminen käytännössä toteutuu, selvitettiin erien kohdistamista ja siirtohinnoittelua koskevan kysymyssarjan avulla.

Analysoitaessa vastauksia koskien erien kohdistamista ensi- ja toissijaiselle segmentille tulee ottaa huomioon, että ensisijainen segmentti kuten myös toissijainen segmentti voi olla liiketoiminnallinen tai maantieteellinen. Tämän takia on tarpeellista tarkastella, vaihtelevatko erien kohdistamiseen liittyvät ongelmat liiketoiminta- ja maantieteellisten segmenttien välillä. Vertailun hyödyllisyyttä kylläkin heikentää se, ettei maantieteellisen segmentin ensisijaisena segmenttinään raportoivia yrityksiä ole vastaajien joukossa kuin neljä ja näistä ainoastaan yksi yhtiö raportoi toissijaisen segmentin, joka niillä on liiketoimintasegmentti.

Kysymykset 14 ja 15 kartoittivat, aiheuttaako segmenttikohtaisen informaation kerääminen käytännössä ongelmia yrityksille ja mahdollisesti syntyvien ongelmien laatua. 33 % (12) vastaajista ilmoitti segmentoidun informaation keräämisen aiheuttavan ongelmia käytännössä. Ongelmia kokeneista yrityksistä kahdeksan vastaajaa ilmoitti joutuvansa tekemään järjestelmämuutoksia, jotta informaatio saataisiin kerätyksi ja kahdeksan vastaajaa koki muunlaisia informaation tuottamiseen liittyviä ongelmia.

Kaikki vastaajien itse mainitsemista ongelmista liittyivät taloushallinnon lisääntyvään työmäärään uusien segmenttiraportointivaatimusten noudattamiseen siirryttäessä. Kaksi vastaajaa mainitsi ongelmien liittyvän raportoinnin tarkkuustason lisääntymiseen ja toiset kaksi vastaajaa mainitsi ongelmalliseksi sen, että sisäinen laskenta tulee muuttaa vastaamaan ulkoisen tilinpäätöksen laskentaperiaatteita. Kaksi vastaajaa ilmoitti segmenttiraportoinnin aiheuttamaksi ongelmaksi lisääntyneen käsityön määrän, jotta tiedot saataisiin kerättyä ja kaksi vastaajaa totesi erityisesti useammalle segmentille yhteisten kirjausten jakamisen aiheuttavan lisätyötä.

Kysymyksissä 16 ja 17 oli tarkoituksena selvittää, minkä IAS 14 -standardin raportoitaviksi vaatimien erien kohdistamista ensisijaisille segmenteille pidetään yrityksissä ongelmallisena. Jos erien kohdistamista segmenteille pidetään yrityksissä ongelmallisena, voivat tilinpäätösinformaation käyttäjät tehdä tästä omat johtopäätöksensä. Jos segmentti-informaatio on vaikea tuottaa ja kohdistuksia joudutaan tekemään paljon laadittaessa segmenttikohtaista informaatiota, saattaa informaation luotettavuus vähentyä, vaikka lisääntynyt informaatio olisikin muuten merkityksellistä sen käyttäjille.

TAULUKKO 9. Raportoitavien erien kohdistamista ensisijaiselle segmentille ongelmallisena pitävien yritysten prosentuaalinen osuus ensisijaisen segmentin raportoivista yrityksistä (suluissa yritysten lukumäärä)

Ensisijainen segmentti	Ongelmat erien kohdistamisessa ensisijaiselle segmentille				
	Tuotot	Kulut	Varat	Velat	Investoinnit
Liiketoiminnallinen (n = 32)	0 (0)	3 (1)	25 (8)	47 (15)	9 (3)
Maantieteellinen (n = 4)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
Liiketoiminnallinen tai maantieteellinen (n = 36)	0 (0)	3 (1)	22 (8)	42 (15)	8 (3)

Kuten yllä olevasta taulukosta 9 havaitaan, ei tuottojen kohdistamista ensisijaiselle segmentille pidetty yhdessäkään yrityksessä ongelmallisena. Kulujen osalta yksi vastaaja piti konsernin yhteisten kulujen jakoa segmenteille kohdistettaviin ja ei-kohdistettaviin kuluihin ongelmallisena. Varojen kohdalla vastaajille eniten ongelmia aiheuttavat koko konsernille yhteisten varojen jakaminen ja toiseksi useimmin mainittiin juridisten yksiköiden varojen jakaminen useammalle liiketoimintasegmentille. Yksi näistä vastaajista totesi, että heidän tytäryhtiönsä ”ovat pieniä myyntikonttoreita, joiden järjestelmät eivät aina tuota tarvittavaa tietoa”. Yksi vastaaja mainitsi ongelmia tuottavan ”uuden käytännön luonti”.

Velkoja pidettiin ongelmallisimpana eränä kohdistaa ensisijaiselle segmentille. 42 % vastaajista piti niiden kohdistamista segmenteille ongelmallisena. IAS 14 -standardin määritelmän mukaan segmentin velat ovat segmentin liiketoiminnasta aiheutuvia velkoja (IASC 1997, IAS 14:16). Lainoja segmentin velat eivät sisällä, jos segmentin toiminta ei ole luonteeltaan pääasiassa rahoitustoimintaa (IASC 1997, IAS 14:20). Suurin osa mainituista velkojen kohdistamiseen liittyvistä ongelmista liittyi siihen, että velkoja ei aiemmin ole eriytetty segmenteille. Yhdessä juridisessa yksikössä olevien useammalle segmentille yhteisten velkojen jakoa pidettiin vaikeana ja todettiin, ettei niiden jakaminen ole luonnollista eikä suoraviivaista. Myös velkojen kuten varojenkin kohdalla pidettiin uuden käytännön luontia vaikeana. Investointien kohdistamista ensisijaiselle segmentille piti ongelmallisena 8 % kaikista kyselyyn osallistuneista yrityksistä. Ongelmia tuottivat muun muassa ”hankittujen yhtiöiden bruttoinvestoinnit”. Muutama vastaaja oli todennut, ettei erien kohdistamisessa ole ongelmia aiheutunut, sillä segmenttijako on ollut jo aiemmin käytössä ja kaikki erät

jo aiemmin kohdistettu segmenteille.

Huomionarvoista on, että yksikään maantieteellisen segmentin ensisijaisena raportoivista yrityksistä ei pitänyt minkään edellä käsitellyn erän kohdistamista ensisijaiselle segmentille ongelmallisena. Tämä saattaa johtua siitä, että todennäköisesti useimmilla maantieteellisen segmenttiraportointiulottuvuuden ensisijaiseksi raportointimuodokseen valinneilla yhtiöillä on jokaisella maantieteellisellä alueella omat itsenäiset yhtiönsä ja segmenttien kesken ei jouduta eriä jakamaan.

Kysymysten 18 ja 19 tarkoituksena oli kartoittaa, minkä erien kohdistamista toissijaisille segmenteille pidetään yrityksissä hankalana. Kuten ensisijaisen segmentinkin kohdalla, voidaan mahdollisista kohdistamisongelmista tehdä se johtopäätös, ettei segmentti-informaatio välttämättä ole kovin luotettavaa ja sen käyttäjien tulisi tarkastella sitä kriittisesti. Myös tässä kysymyksessä otetaan huomioon, että toissijainen segmentti voi olla sekä liiketoiminnallinen että maantieteellinen. Kuitenkin vain yksi vastanneista yrityksistä raportoi liiketoiminnallisen segmentin toissijaisena segmenttinään. Muut maantieteellisen segmentin ensisijaisena segmenttiraportointimuotonaan esittävät yritykset jättivät liiketoimintasegmentin kokonaan esittämättä. Myöskään kaikki liiketoimintasegmentin ensisijaisena segmenttiraportointimuotonaan raportoivat yritykset eivät raportoi toissijaista segmenttiraportointiulottuvuutta, joka niiden kohdalla on maantieteellinen segmentti.

TAULUKKO 10. Raportoitavien erien kohdistamista toissijaiselle segmentille ongelmallisena pitävien yritysten prosentuaalinen osuus toissijaisen segmentin raportoivista yrityksistä (suluissa yritysten määrä)

Toissijainen segmentti	Ongelmat erien kohdistamisessa toissijaiselle segmentille		
	Tuotot	Varat	Investoinnit
Maantieteellinen segmentti (n = 24)	8 (2)	33 (8)	13 (3)
Liiketoiminnallinen segmentti (n = 1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
Liiketoiminnallinen tai maantieteellinen segmentti (n = 25)	8 (2)	32 (8)	12 (3)

Taulukosta 10 havaitaan, että vain muutama kaikista toissijaisen segmentin raportoivista yrityksistä piti tuottojen kohdistamista toissijaiselle segmentille ongelmallisena. Tuottojen osalta ongelmia todettiin aiheuttavan se, ettei loppuasiakasta aina välttämättä tiedetä toimitusasiakkaan ollessa eri kuin laskutusasiakkaan. Toinen vastaaja totesi, ettei myynnin kohdistaminen maantieteelliselle segmentille ole aina yksiselitteistä ja mainitsi myös tietojen rekisteröinnin tuottavan hankaluuksia.

Noin kolmannes toissijaisen segmentin raportoivista vastaajista piti varojen kohdistamista toissijaiselle segmentille hankalana. Segmentin varoista etenkin myyntisaamisten kohdistamista pidettiin ongelmallisena. Eräs vastaajista kirjoitti ongelman johtuvan siitä, että ”maantieteellinen jako perustuu asiakkaiden sijaintiin, mutta saatavat ovat myynnin suorittavassa maassa”. Vastauksissa todettiin myös, että kaikkea tietoa ei saada raportointijärjestelmistä vaan kohdistuksia joudutaan tekemään manuaalisesti, jotta tarvittava informaatio saataisiin raportoitua. 12 % kaikista toissijaisen segmentin raportoivista piti investointien kohdistamista toissijaisille segmenteille ongelmallisena.

Edellisten tulosten perusteella velkojen kohdistaminen ensisijaiselle segmentille ja varojen kohdistaminen toissijaiselle segmentille tuottavat yrityksille eniten ongelmia. Täytyy ottaa myös huomioon, ettei kyselyyn otettu mukaan kaikkia eriä vaan ainoastaan keskeisimmät segmentti-informaationa raportoitavat erät. Lomakkeen loppuun jätettyyn tyhjään tilaan eräs vastaaja oli muun muassa kirjoittanut IAS 14 -standardin vaatiman maksutapahtumaa sisältämättömien erien raportoinnin tuntuvan ”todella turhalta”.

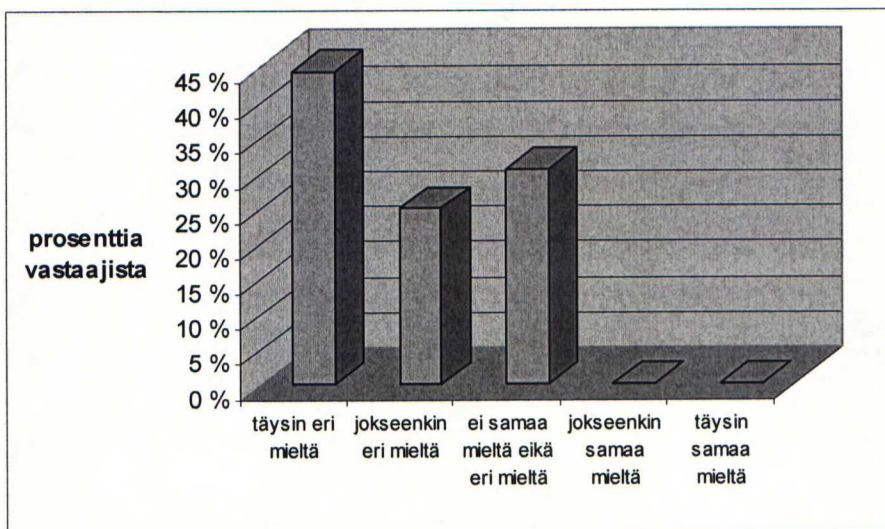
Kysymykset 20 ja 21 liittyivät segmenttien väliseen siirtohinnoitteluun. IAS 14 -standardi edellyttää, että segmenttien väliset siirrot määritetään sillä perusteella, jota yritys on todellisuudessa käyttänyt siirtohinnoittelussa (IASC 1997, IAS 14:75). Siirtohinnoittelua koskevassa osiossa kysyttiin, aiheuttaako segmenttien välinen siirtohinnoittelu ongelmia yritykselle ja sitä, mitä nämä ongelmat mahdollisesti ovat. Kyselyyn vastanneista 36 yrityksestä vain 6 % (2) piti segmenttien välisten siirtojen hinnoittelua yritykselleen ongelmallisena. Uusien perustettujen yksiköiden ”hinnoittelu yritystä tukevasti” tuotti ongelmia yhdelle vastaajalle ja lisäksi

segmenttien välisten siirtojen hinnoittelua pidettiin työläänä. Lomakkeen loppuun jätettyyn tyhjiin tilaan eräs vastaaja oli kirjoittanut, että IAS 14 -standardin mukainen segmenttiraportointi ”kirkastaa siirtohinnoittelun roolia”.

6.2 Segmentti-informaation julkistamisen vaikutukset

Uuden segmenttiraportointikäytännön aiheuttamien käytännön ongelmien lisäksi on mielenkiintoista tarkastella myös sitä, millainen yritysten talousjohdon suhtautuminen muuttuneisiin segmenttiraportointivaatimuksiin on. Yritysten talousjohdon suhtautumista IAS 14 -standardin mukaisen segmentti-informaation julkistamisen mahdollisiin vaikutuksiin tutkittiin *kysymyksessä* 22 kuuden väittämän avulla. Yksi vastaaja ei ollut vastannut kysymyssarjan kaikkiin väittämiin. Näiden väittämien kohdalla puuttuva vastaus korvattiin muiden kyseiseen väittämään saatujen vastausten keskiarvoa vastaavalla luokalla. Yhteenveto saaduista vastauksista esitetään liitteessä 3.

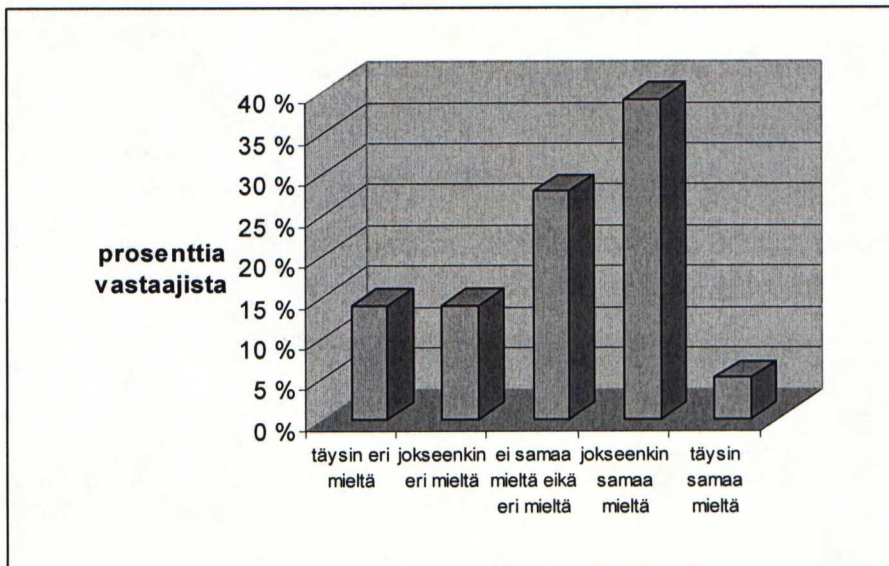
KUVIO 1. Vastaukset väittämään ”Segmentti-informaation julkaiseminen vaikuttaa yrityksemme pääomakustannuksiin”



Kuviossa 1 esitetään ensimmäisestä väittämästä saadut tulokset. Ensimmäisenä väittämänä oli ”Segmentti-informaation julkaiseminen vaikuttaa yrityksemme pääomakustannuksiin”. 69 % vastaajista oli täysin tai jokseenkin eri mieltä väittämän

kanssa, 44 % vastaajista vieläpä täysin eri mieltä. Yksikään vastaaja ei kokenut segmentti-informaation julkaisulla olevan vaikutusta yrityksen pääomakustannuksiin. Kirjallisuudessa on todettu segmentoidun informaation julkaisun mahdollisesti vähentävän sijoittajien epävarmuutta ja täten vaikuttavan alentavasti yrityksen pääomakustannuksiin. Kyselystä saatu tulos ei siis ole samansuuntainen kirjallisuuden kanssa. Ristiintaulukoinnissa havaittiin, että segmentti-informaatiota sijoittajille hyödyllisenä pitävät vastaajat eivät olleet niin jyrkästi eri mieltä väittämän kanssa kuin vastaajat, jotka epäilivät segmentti-informaation hyödyllisyyttä sijoittajalle. Lisäksi huomattiin, että aiemmin ylimääräistä segmentti-informaatiota julkistaneissa yrityksissä ei epäilty niin vahvasti pääomakustannusvaikutusta kuin aiemmin ylimääräistä segmentti-informaatiota julkistamattomissa yrityksissä.

KUVIO 2. Vastaukset väittämään ”Kilpailijoiden julkaisema segmentti-informaatio on hyödyllistä toimintojemme tehokkuuden arvioinnissa sekä uusien liiketoiminta-alueiden etsinnässä”



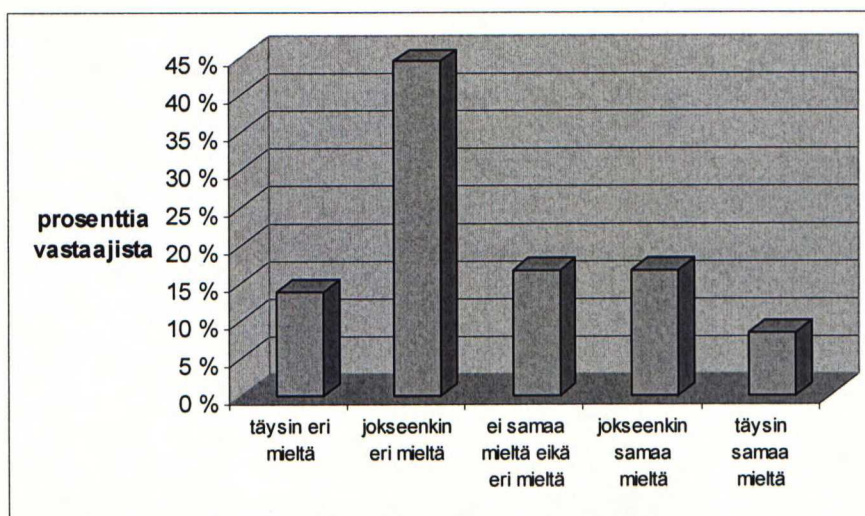
Toisena väittämänä oli ”Kilpailijoiden julkaisema segmentti-informaatio on hyödyllistä toimintojemme tehokkuuden arvioinnissa sekä uusien liiketoiminta-alueiden etsinnässä”, josta saadut vastaukset esitetään kuviossa 2. Vastauksia saattaa vääristää se, että kysymyksiin ovat oletettavasti vastanneet henkilöt, jotka toimivat taloushallinnon tehtävissä. Nämä henkilöt eivät todennäköisesti osallistu uusien

liiketoiminta-alueiden etsintään. Tästä ehkä johtuu, että 28 % vastaajista oli valinnut vaihtoehdon ”ei samaa mieltä eikä eri mieltä”. Suurin osa tämän vaihtoehdon valinneista vastaajista ei aiemmin ole julkistanut Suomen vaatimukset ylittävää segmentti-informaatiota. Yksi vastaajista jätti väittämään vastaamatta, mutta totesi kilpailijoiden segmentti-informaation olevan mahdollisesti hyödyllistä. Itse hän ei kuitenkaan ole kilpailijoiden raportointiin perehtynyt.

39 % vastaajista oli jokseenkin samaa mieltä siitä, että kilpailijoiden segmentti-informaatio on hyödyllistä ja 5 % täysin samaa mieltä. Suuri osa yrityksistä pitää siis tältä kannalta uusia segmenttiraportointivaatimuksia itselleen suotuisina. 28 % vastaajista oli eri mieltä väittämän kanssa. Ristiintaulukoinnissa tuli ilmi, että aiemmin ylimääräistä segmentti-informaatiota julkaisseissa yrityksissä koetaan kilpailijoiden julkaisema segmentti-informaatio useammin hyödylliseksi kuin niissä yrityksissä, jotka eivät ole ylimääräistä segmentti-informaatiota julkistaneet. Yli puolet ylimääräistä segmentti-informaatiota aiemmin julkistaneista yrityksistä oli täysin tai jokseenkin samaa mieltä siitä, että kilpailijoiden segmentti-informaatio on niille hyödyllistä.

Edwardsin ja Smithin (1996, 168) segmenttiraportointia laatijan näkökulmasta käsittelevässä tutkimuksessa heidän haastatellessaan kolmea yritystä tuli ilmi, että yritykset saattavat kilpailutarkoituksissa hyötyä enemmän tytäryhtiöiden erillistilinpäätöksistä kuin konsernitilinpäätöksen segmentti-informaatiosta. Tältä pohjalta on yllättävää, että niin moni vastaajista koki hyötyvänsä kilpailijoiden julkistamasta segmentti-informaatiosta.

KUVIO 3. Vastaukset väittämään ”Segmentti-informaation julkaiseminen vaikuttaa haitallisesti yrityksemme kilpailuasemaan”



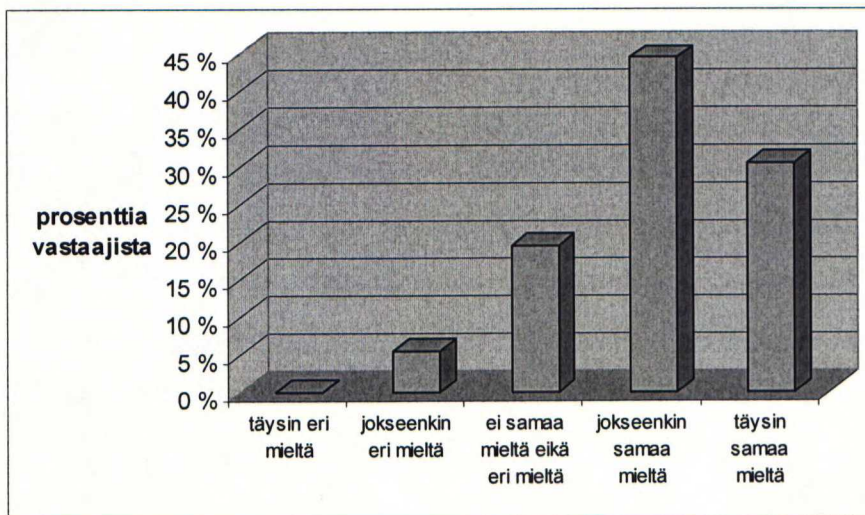
Kolmantena väittämänä esitettiin seuraavaa: ”Segmentti-informaation julkaiseminen vaikuttaa haitallisesti yrityksemme kilpailuasemaan.” Väittämästä saadut tulokset esitetään yllä olevassa kuviossa 3. Vastaajista 25 % oli jokseenkin tai täysin samaa mieltä väittämän kanssa, joista 8 % oli väittämän kanssa täysin samaa mieltä.

Yllätyksellisesti 58 % vastaajista oli täysin tai jokseenkin eri mieltä siitä, että segmentti-informaation julkaisu vaikuttaisi haitallisesti niiden kilpailuasemaan. Suurin osa yrityksistä ei siis koe segmentti-informaation julkaisun vaikuttavan haitallisesti kilpailuasemaansa. Odottamattomaksi tuloksen tekee se, että etenkin segmentti-informaation haitallista vaikutusta yrityksen kilpailuasemaan pidetään yleensä segmentti-informaation julkaisun kustannuksena. Ristiintaulukoinnissa ei havaittu suurta eroa koetussa kilpailuhaitassa aiemmin ylimääräistä segmentti-informaatiota julkaisseiden ja julkaisemattomien yritysten välillä.

Edellisessä kilpailijan segmentti-informaation hyödyllisyyttä koskevassa väittämässä 44 % vastaajista piti kilpailijoiden segmentti-informaatiota itselleen hyödyllisenä. Vain 25 % vastaajista uskoo kuitenkin oman yrityksensä kokevan kilpailuhaittaa segmentti-informaation julkistamisen seurauksena. Suurempi osa vastaajista siis kokee yrityksensä hyötyvän kilpailijoiden julkaisemasta segmentti-informaatiosta

kuin ennakoi yrityksen kokevan kilpailuhaittaa julkaisemalla oman IAS 14 -standardin vaatimuksia noudattavan segmentoidun tilinpäätösinformaationsa. Voisi ajatella, että silloin kun oma segmentti-informaatio koetaan haitalliseksi, olisi myös kilpailijoiden segmentti-informaatiosta hyötyä. Ristiintaulukoinnissa ei kuitenkaan havaittu yhteyttä ennakoidun kilpailuhaitan ja sen välillä, miten hyödylliseksi kilpailijoiden segmentti-informaatio koettiin.

KUVIO 4. Vastaukset väittämään ”Segmentti-informaation keräämisestä ja laatisemisesta aiheutuvat kustannukset ovat kohtuulliset”

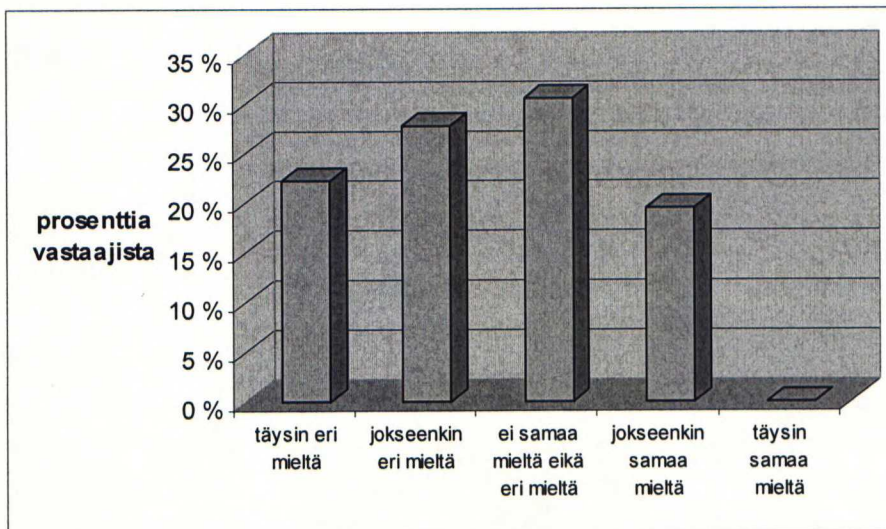


Neljännestä väittämästä saadut tulokset esitetään kuviossa 4. Neljäs väittämä oli ”Segmentti-informaation keräämisestä ja laatisemisesta aiheutuvat kustannukset ovat kohtuulliset”. 75 % vastaajista oli jokseenkin tai täysin samaa mieltä väittämän kanssa. Vain 6 % vastaajista oli eri mieltä väittämän kanssa ja nämäkin vastaajat olivat vain jokseenkin eri mieltä. Suurin osa vastaajista siis piti segmentti-informaation laitimiskustannuksia kohtuullisina.

Tulokset kertovat mahdollisesti siitä, että suurimmalla osalla yrityksistä sisäinen raportointi on jo aiemmin rekisteröinyt vastaavaa informaatiota, joka nyt joudutaan raportoimaan myös ulkoisessa tilinpäätöksessä. Kysymyksessä 7 tuli aiemmin jo ilmi, että suurin osa yrityksistä on määrittänyt segmenttinsä organisaatorakenteeseensa pohjautuen. 81 % vastaajista raportoi ulkoisesti

segmentit, jotka ovat samat kuin yrityksen sisäisesti hallitukselle ja toimitusjohtajalle raportoimat organisaatioyksiköt ja vain 8 % yrityksistä oli joutunut määrittelemään ulkoisesti raportoimansa segmentit yksinomaan segmenttiraportointia varten. Kun sisäinen raportointi sopii yhteen standardin vaatimusten kanssa, ei informaation laatimiskustannusten tulisi muodostua suuriksi. Ristiintaulukoinnissa tuli ilmi, että useampi aiemmin ylimääräistä segmentti-informaatiota julkistaneista kuin julkistamattomista yrityksistä oli täysin samaa mieltä laatimiskustannusten kohtuullisuudesta. Tämä on luonnollista, sillä jo aiemmin ylimääräistä segmentti-informaatiota julkistaneet yritykset joutuvat raportoimaan vähemmän uusia eriä kuin aikaisemmin ylimääräistä informaatiota julkistamattomat.

KUVIO 5. Vastaukset väittämään ”Segmentti-informaation julkaisemisesta yrityksellemme aiheutuvat kustannukset ylittävät siitä saatavat hyödyt”



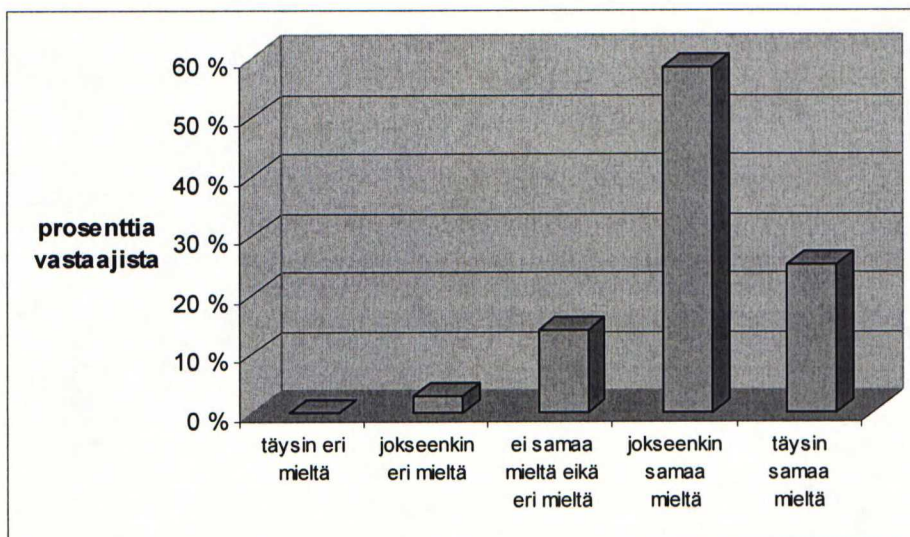
Viidennestä väittämästä, ”Segmentti-informaation julkaisemisesta yrityksellemme aiheutuvat kustannukset ylittävät siitä saatavat hyödyt”, saadut tulokset esitetään kuviossa 5. Vain 19 % vastaajista oli jokseenkin samaa mieltä siitä, että segmentti-informaation julkaisun kustannukset ylittävät siitä saatavat hyödyt. 50 % vastaajista puolestaan oli täysin tai jokseenkin eri mieltä väittämän kanssa. Puolet kyselyyn osallistuneista yrityksistä pitää siis IAS 14 -standardin mukaisen segmentti-informaation julkistamista itselleen enemmän hyödyllisenä kuin haitallisenä. Tuloksissa on huomattavaa, että yrityksille koetaan yleensä aiheutuvan vain hieman

hyötyä niiden julkistaessa segmentti-informaatiota niiden kantaessa kuitenkin samalla pääosan informaation julkaisun kustannuksista.

Yksi vastaaja jätti väittämään vastaamatta perustellen, että hyötyä omalle yritykselle on vaikea määrittää ja myös kustannuksia, sillä vastaavaa raportointia on yrityksessä tehty sisäisiin tarpeisiin jo aiemminkin. Tämä huomautus osoittaa kysymyksenasetteluun liittyvän puutteellisuuden. Segmenttiraportoinnin vaikutuksiin liittyvien kysymysten vastausohjeessa olisi ehkä selkeämmin pitänyt ilmaista, että vastauksena haluttiin subjektiivinen arvio siitä, miten IAS 14 -standardin mukainen segmentoitu informaatio tulee vaikuttamaan yrityksen alkaessa julkaista sitä. Esimerkiksi segmenttiraportoinnista aiheutuvien hyötyjen suhdetta syntyviin kustannuksiin on objektiivisesti vaikeaa arvioida. Tästä luultavasti johtuu, että 31 % vastaajista oli valinnut vaihtoehdon ”ei samaa mieltä eikä eri mieltä”.

Ristiintaulukoinnissa havaittiin, että harvemmat ylimääräistä segmentti-informaatiota aiemmin julkistaneet kuin julkistamattomat yritykset kokivat segmentti-informaation julkistamisen kustannusten ylittävän sen hyödyt. Ristiintaulukoinnissa havaittiin myös, että suurin osa niistä vastaajista, jotka katsoivat segmentti-informaation julkistamisesta aiheutuvien kustannusten ylittävän siitä saatavat hyödyt, piti kuitenkin segmentti-informaation keräämis- ja laatimiskustannuksia kohtuullisina.

KUVIO 6. Vastaukset väittämään ”Julkaisemamme segmentti-informaatio on hyödyllistä sijoittajalle”



Kuudes väittämä oli ”Julkaisemamme segmentti-informaatio on hyödyllistä sijoittajalle”. Saadut vastaukset esitetään kuviossa 6. Edwards (1995, 151) sai kyselytutkimuksessaan siihen viittaavia tuloksia, että informaation laatijat epäilevät segmentti-informaation hyödyllisyyttä sijoittajille. Tässä kyselyssä 58 % vastaajista oli kuitenkin jokseenkin samaa mieltä väittämän kanssa ja 25 % vastaajista täysin samaa mieltä. Vain 3 % vastaajista ei pitänyt julkistamaansa segmentti-informaatiota hyödyllisenä sijoittajalle ja lisäksi 14 % vastaajista ei osannut sanoa kantaansa väittämään. Näistä yrityksistä mikään ei ole aikaisemmin raportoinut suomalaiset vaatimukset ylittävää segmentti-informaatiota. Mikään aiemmin ylimääräistä segmentti-informaatiota julkaisseista yrityksistä ei epäillyt segmentti-informaationsa hyödyllisyyttä sijoittajalle. Niiden osalta, jotka eivät ylimääräistä segmentti-informaatiota olleet aiemmin julkaisseet, 30 % ei pitänyt informaatiota sijoittajalle hyödyllisenä tai ei osannut sanoa kantaansa väittämään.

Suurin osa yrityksistä katsoo siis IAS 14 -standardin mukaisen segmentti-informaation hyödyttävän sijoittajia. Informaation julkaisun seurauksena yrityksissä mahdollisesti uskotaan sijoittajien kiinnostuksen lisääntyvän heidän yhtiötään kohtaan segmenttiraportoinnin lisääntyessä, mikä tulikin ilmi vastauksissa seuraavaan kysymykseen.

Muita segmentoidun informaation julkaisun hyötyjä ja haittoja kysyttiin erillisessä avoimessa kysymyksessä 23, jotta mitään olennaisia segmenttiraportoinnin vaikutuksia yrityksiin ei jäisi tulematta esiin. Segmentti-informaation julkaisun positiivisiksi puoliksi yksi vastaaja mainitsi analyytikkojen tyytyväisyyden maantieteelliseen segmenttijakoon. Yksi vastaaja piti hyvänä puolestaan sitä, että ”tarvittavien muutosten jälkeen informaation sisältö on myös yhtiön omassa käytössä”. Kaksi vastaajaa mainitsi segmentti-informaation hyväksi puoleksi avoimuuden ja läpinäkyvyyden lisääntymisen, jonka seurauksena sijoittajien kiinnostuksen toivottiin lisääntyvän.

Vaikka asteikollisiin väittämiin sisältyi väittämä koskien yrityksen kokemaa kilpailuhaittaa, oli kaksi vastaajaa nostanut segmentti-informaation julkistamisesta aiheutuvan kilpailuhaitan esiin vielä vastauksessaan avoimeen kysymykseen segmentti-informaation julkaisun aiheuttamista muista haitoista. Toinen näistä

vastaajista korosti haittaa aiheuttavan etenkin se, että ei-noteeratut yritykset pääsevät yrityksen segmentti-informaatioon käsiksi.

6.3 Aiemmin julkaistu segmentti-informaatio

Kysymyksissä 24 ja 25 tiedusteltiin vielä, ovatko vastaajat aikaisemmin julkistaneet Suomen vaatimukset ylittävää segmentti-informaatiota sekä syitä julkistamiseen tai julkistamatta jättämiseen. Näin voitiin vertailla ylimääräistä segmentti-informaatiota julkaisseiden ja julkaisemattomien yritysten suhtautumista uuden segmenttiraportointikäytännön vaikutuksiin. Kyselyyn vastanneista yrityksistä 44 % vastasi esittäneensä aiemminkin tilinpäätöksessään Suomen nykyiset vaatimukset ylittävää segmentoitua tilinpäätösinformaatiota. Suomen nykyisiin segmenttiraportointivaatimuksiin sisältyy liikevaihdon ja liikevoiton esittäminen toimialoittain sekä maantieteellisten markkina-alueiden mukaan.

Yhdeksän vastaajaa kertoi yrityksen raportoivan ylimääräistä segmentti-informaatiota sijoittajainformaation parantamiseksi. Tästä ryhmästä yhdessä lomakkeessa korostettiin halua palvella myös yrityksen muita sidosryhmiä sijoittajien lisäksi. Yksi vastaaja totesi Suomen suppeiden vaatimusten olevan ”riittämättömät läpinäkyvyyden kannalta”. Toinen vastaaja puolestaan kirjoitti, että ”sijoittajaviestinnän yhtenä periaatteena on avoimuus” ja totesi heidän pyrkivän ”antamaan sijoittajan tarvitsemat tiedot sijoituspäätöksen tueksi”.

Kolme vastaajaa perusteli yrityksen julkaisemaa ylimääräistä segmentti-informaatiota sillä, että kyseisen informaation julkaisu on muodostunut yrityksessä vakiintuneeksi käytännöksi. Eräs vastaaja kirjoitti yrityksen raportoivan ylimääräistä segmentti-informaatiota, koska sillä alalla, jolla yritys toimii, sovellettava laki näin vaatii. Tämän lisäksi ylimääräisen tiedon julkaisua perusteltiin halulla noudattaa IFRS-vaatimuksia siinä määrin kuin Suomen lainsäädäntö on sallinut niitä noudatettavan.

Kyselyyn osallistuneista yrityksistä 56 % ei ole julkaissut enempää segmentoitua tilinpäätösinformaatiota kuin suomalaiset säännökset ovat edellyttäneet. Yleisin syy siihen, ettei lisäinformaatiota oltu julkaistu, on se, ettei informaation julkaisua ole nähty tarpeelliseksi eikä sillä ole katsottu olevan olennaista merkitystä. Liikevaihtoa ja liikevoittoa pidettiin oleellisimpina tietoina ja niiden julkistamista riittävänä. Kahdeksan vastaajaa mainitsi tämän seikan. Kolmesta vastauksesta kävi ilmi vastaajien kokevan lisäinformaation julkaisun yritykselle haitalliseksi ja ettei kaikkea haluta ulkopuolisille ”avata”.

Kaksi vastaajaa totesi, ettei dataa ole ollut olemassa riittävästi, jotta segmenttikohtaista informaatiota olisi voitu julkaista enemmän. Kahdessa vastauksessa nostettiin myös esiin työmäärän lisääntyminen lisäinformaatiota julkaistaessa, jonka vuoksi yritykset ovat raportoineet vain pakolliset segmenttikohtaiset tiedot. Yhdessä vastauksessa mainittiin, ettei informaatiota ole julkaistu, koska sitä ei ole vaadittu julkaistavaksi. Yksi vastaaja myös totesi sen, ettei lisäinformaatiota julkaista, olevan aikaisempien työntekijöiden aloittama käytäntö.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

7.1 Tutkimuksen tavoitteet

Tutkimuksessa hyödynnettiin uudenlaiseen segmenttiraportointikäytäntöön siirtymistä. Ensimmäisenä tavoitteena oli tutkia IAS 14 -standardin soveltamisen ongelmakohtia Helsingin pörssin päälistan yrityksille. Toisena tavoitteena oli tutkia talousjohdon suhtautumista IAS 14 -standardin mukaisen segmentti-informaation julkistamiseen siirtymisestä mahdollisesti aiheutuviin kustannuksiin ja hyötyihin.

7.2 Tutkimuksen rajoitukset

Tutkimuksen suurin rajoitus on se, ettei tiedetä, ketkä ovat jättäneet vastaamatta kyselyyn. Lisäksi melko alhainen vastausprosentti estää tekemästä yleistyksiä. Kuudenkymmenen prosentin vastausastetta voidaan pitää useimmiten riittävänä, mutta pienempikin osuus riittää, jos on mahdollista osoittaa, että vastaamatta jättäneet eivät olennaisesti poikkea muusta ryhmästä (Valli 2001, 32). Tätä ei tässä tutkimuksessa pystytty osoittamaan.

Saattaa olla, että vastaamattomien joukkoon kuuluu enemmän yrityksiä, joille segmentti-informaation raportointi tuottaa ongelmia. Tämä voisi johtua IFRS-standardien soveltamiseen siirryttäessä aiheutuvista kiireistä kyselyn suorittamisajankohtana. Toisaalta sellaisia yrityksiä, joille segmentti-informaation laatiminen ei tuota ongelmia, on saattanut jättää vastaamatta kyselyyn, sillä ne eivät välttämättä ole kokeneet kyselyä itselleen ajankohtaiseksi ja kiinnostavaksi.

Yrityksen koon ei aiemmassa tutkimuksessa ole havaittu vaikuttavan segmentti-informaation julkaisuun liittyviin hallinnollisiin kustannuksiin. Isommalle yritykselle voi aiheutua enemmän ongelmia segmentti-informaatiota laadittaessa kuin pienelle yritykselle, jolla on vähemmän segmenttejä. Suuressa konsernissa voi lisäksi olla

enemmän segmenteille yhteisiä varoja ja tällöin joudutaan tekemään paljon lisätyötä aiheuttavia kohdistuksia. Toisaalta taas voi olettaa, että suuremmalla yrityksellä on suurin osa IAS 14 -standardin vaatimista tiedoista saatavissa suoraan sisäisen laskentatoimen järjestelmästä. Pienellä yrityksellä näin ei välttämättä ole.

Kyselyssä olisi kuitenkin ollut hyvä tiedustella kyselyyn osallistuneiden yritysten taustatietoja, kuten toimialaa ja yrityksen kokoa. Se, että tätä ei tehty, rajoitti tietojen analysointia. Toisaalta käytettäessä esimerkiksi Kauppalehden toimialaluokitusta, jotkut yritykset olisi voitu tunnistaa luokituksen avulla ja ne olisivat saattaneet jättää tämän vuoksi vastaamatta kyselyyn. Myös julkistettavien segmenttien määrää olisi voitu kysyä ja selvittää segmenttien määrän yhteyttä segmentti-informaation laadinnassa koettaviin ongelmiin. Erien kohdistaminen mahdollisesti vaikeutuu, mitä enemmän segmenttejä yrityksellä on. Tutkimuksen ensimmäisenä tavoitteena oli kuitenkin selvittää segmentti-informaation laatimisesta yrityksille aiheutuvia ongelmia eikä selittää, millaisille yrityksille segmentti-informaation laadinta on ongelmallisinta.

Asennekysymysten kohdalla olisi kuitenkin ollut mielenkiintoista vertailla eri toimialoilla toimivien ja erikokoisten yhtiöiden suhtautumista segmenttiraportoinnista aiheutuviin kustannuksiin ja hyötyihin. Edwards ja Smith (1996, 170 - 171) eivät tosin havainneet omassa tutkimuksessaan yrityksen koolla olevan merkittävää vaikutusta segmentti-informaation julkaisusta aiheutuviin hallinnollisiin kustannuksiin. Heidän tekemissään haastatteluissa niissä yrityksissä, joiden ulkoinen ja sisäinen raportointi vastasivat toisiaan, hallinnolliset kustannukset eivät olleet merkittävät. Yksi yritys, jonka esittämä ulkoinen segmenttiraportointi ei vastannut yrityksen sisäistä rakennetta, piti segmentti-informaation laatimiskustannuksia merkittävinä. Tämän vuoksi segmentti-informaation laadintaan liittyvien hallinnollisten kustannusten voi olettaa olevan yrityskohtaisia ja riippuvan paljon organisaation sisäisestä rakenteesta sekä sen yhteensopivuudesta standardin määritelmien kanssa. Edwards ja Smith eivät myöskään havainneet toimialalla ja yrityksen koolla olevan yhteyttä informaation julkaisusta aiheutuvaa kilpailuhaittaa koskeviin huoliin (ma.164).

Kyselytutkimuksessa metodina olevista puutteista kertoo se, että eräs vastaaja ilmoitti, ettei hänen yrityksessään vastata mihinkään heille tulevaan kyselyyn niiden suuren määrän vuoksi. Kyselytutkimuksessa menetelmänä onkin se haittapuoli, että kyselyitä tehdään paljon ja niihin ei välttämättä yrityksissä haluta tai ehditä vastata. Näin vastausprosentti voi muodostua alhaiseksi.

Tutkimuksen reliabiliteetti tarkoittaa tutkimuksen kykyä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. Mitä suurempi tutkimuksen reliabiliteetti on, sitä vähemmän sattuma on vaikuttanut tutkimustuloksiin. (Valli 2001, 92) Satunnaisvirheet alentavat tulosten reliabiliteettia. Konkreettisten kysymysten kohdalla satunnaisvirheet ovat mahdollisesti harvinaisia, mutta asennekysymysten kohdalla satunnaisvirhettä tulee helposti. (Alkula ym. 1994, 94) Tutkimuksen melko pieni vastausprosentti pienentää tämän tutkimuksen reliabiliteettia. Alhainen reliabiliteetti puolestaan alentaa tutkimuksen validiteettia. Validiteetilla tarkoitetaan sitä, että mittari mittaa täsmälleen sitä, mitä se on tarkoitettu mittaamaan (mt. 89). Kysymykset pyrittiin laatimaan mahdollisimman selkeiksi, jotta tutkimuksen validiteetti olisi mahdollisimman korkea. Joihinkin yksittäisiin kysymyksiin oli kuitenkin jätetty vastaamatta tai vastattu epäloogisesti ja joitakin kysymyksiä oli kommentoitu palautetuissa kyselylomakkeissa. Tätä kautta huomattiin muutamien kysymysten puutteellinen kysymyksenasettelu, mikä vähentää tutkimuksen validiteettia.

7.3 Päätelmät

IAS 14 -standardin soveltamisen mahdolliset ongelmakohdat jaettiin tutkimuksessa kolmeen ryhmään. Nämä olivat segmenttien määrittelyminen, erien kohdistaminen segmenteille sekä siirtohinnoittelu. Harva yritys oli kokenut ongelmia segmenttien määrittelyssä. Maantieteellisten segmenttien määrittelyssä oli kuitenkin aiheutunut ongelmia noin viidennekselle maantieteellisen segmenttiulottuvuuden raportoivista yrityksistä. Liiketoiminnallisten segmenttien määrittely ei puolestaan kyselyyn osallistuneille yrityksille ollut tuottanut ongelmia. Joka kolmannelle yritykselle segmenttikohtaisen informaation kerääminen käytännössä tuotti ongelmia. Erien kohdistamisessa ensisijaiselle segmentille velkojen kohdistamista pidettiin vaikeimpana ja toissijaisen segmentin kohdalla varojen kohdistamisen todettiin

aiheuttavan eniten ongelmia. Vain muutama yritys mainitsi segmenttien väliseen siirtohinnoitteluun liittyvän ongelmia.

Tästä voidaan tehdä johtopäätöksiä, että siirtyminen IAS 14 -standardin mukaisen segmentti-informaation raportoimiseen ei kokonaisuudessaan ole konsernimuotoisille pörssiyrityksille kovin ongelmallista. Yritysten näkökulmasta IAS 14 -standardi vaatii mahdollisesti kuitenkin liikaa eriä julkistettavaksi kutakin segmenttiä kohden. Varat ja velat koettiin yrityksissä ongelmallisiksi kohdistaa segmenteille. Tällöin ne voivat segmenttikohtaisesti raportoituna olla melko epäluotettavia eivätkä täten siis välttämättä ole hyödyllisiä informaation käyttäjälle. Tulee ottaa myös huomioon, että kyselyyn otettiin mukaan vain keskeisimmät segmentti-informaationa julkistettavat erät, mutta muitakin eriä yritysten tulee julkistaa.

IAS 14 -standardin mukaiseen segmentti-informaatioon siirtymisen mahdolliseksi hyödyiksi ennakoitiin kirjallisuuden perusteella suotuisaa pääomakustannusvaikutusta, kilpailijoiden julkaisemasta segmentti-informaatiosta saatavaa hyötyä sekä hyötyä sijoittajille, mitä kautta kiinnostus yhtiötä kohtaan mahdollisesti kasvaa. Yhdessäkään yrityksessä ei uskottu segmentti-informaation vaikuttavan pääomakustannuksiin, mutta 44 % vastaajista piti kilpailijoiden segmentti-informaatiota itselleen hyödyllisenä. IAS 14 -standardin mukaan julkistamaansa segmentti-informaatiota 83 % vastaajista piti sijoittajalle hyödyllisenä. Eniten hyötyä uuteen segmenttiraportointikäytäntöön siirryttäessä yrityksissä koetaan siis siitä, että myös muut yritykset joutuvat julkaisemaan segmentti-informaationsa IAS 14 -standardin vaatimusten mukaan sekä lisääntyneen informaation julkaisun seurauksena mahdollisesti lisääntyvästä sijoittajien kiinnostuksesta yhtiötä kohtaan.

Segmentti-informaation julkaisusta aiheutuviksi haitoiksi yrityksille ennakoitiin sen haitallinen vaikutus yrityksen kilpailuasemaan sekä informaation laatimiskustannukset. Kuitenkin vain 25 % vastaajista uskoi IAS 14 -standardin mukaisen segmentti-informaation julkistamisen vaikuttavan haitallisesti yrityksen kilpailuasemaan ja vain 6 % vastaajista oli eri mieltä siitä, että segmentti-informaation laatimiskustannukset ovat kohtuulliset. Nämäkin vastaajat olivat vain

jokseenkin eri mieltä väittämän kanssa. Segmentti-informaation laatimiskustannuksia ei siis voida pitää tämän perusteella merkittävinä. Saatujen tulosten perusteella yritysten kokemat segmentti-informaation julkaisusta aiheutuvat haitat vaikuttavat melko pieniltä.

Kokonaisuudessaan vain 19 % vastaajista totesi segmentti-informaation julkistamisesta aiheutuvien kustannusten ylittävän siitä saatavat hyödyt ja näistäkin vastaajista kaikki olivat vain jokseenkin samaa mieltä väittämän kanssa. Yritykset siis kokevat itselleen aiheutuvan keskimäärin enemmän hyötyä kuin haittaa IAS 14 -standardin mukaisen segmentti-informaation julkistamisesta. Tämä on odottamatonta, sillä yleisesti segmentti-informaation julkistamisesta ajatellaan aiheutuvan yrityksille enemmän haittaa kuin hyötyä.

Tutkimus lisäsi tietoa tutkittavalla alueella siten, että segmentti-informaatiota laatijan näkökulmasta on aiemmin tutkittu vain vähän. Lisäksi tutkimuksella saatiin tietoa segmentti-informaation laadinnan ongelmakohdista. Tutkimuksen tulokset antavat myös segmentti-informaation käyttäjille vihjeitä siitä, miten heidän tulisi segmentoituun tilinpäätösinformaatioon suhtautua. Tuloksia on kuitenkin vaikea yleistää, koska ei tiedetä, ketkä ovat jättäneet vastaamatta kyselyyn ja onko näillä vastaajilla jotain tyypillisiä ominaisuuksia. Yleistämiseen olisi tarvittu kysymyksiä koskien vastaajien taustatietoja sekä korkeampaa vastausprosenttia.

Tutkimusta voidaan käyttää tarkasteltaessa sitä, ovatko IAS 14 -standardin säännökset liian rajoittavia. Tutkimustulosten perusteella IAS 14 -standardin säännökset eivät yleisesti ottaen vaikuta liian rajoittavilta. Joka tapauksessa pörssiyritykset ovat tehneet oman valintansa listautumisesta, mikä edellyttää niiltä avoimuutta ja informaation julkaisusta voi olla niille kuitenkin hyötyä muun muassa sijoittajien mahdollisesti lisääntyvän kiinnostuksen kautta. Tutkimustuloksia voidaan käyttää hyväksi myös tarkasteltaessa IAS 14 -standardin mukaisen segmentti-informaation luotettavuutta. Niiden erien, joiden kohdistamisessa on paljon ongelmia, luotettavuus vähenee. Kun eria, joiden kohdistaminen segmentille on vaikeaa, julkaistaan segmenttikohtaisesti, tulisi tilinpäätösinformaation käyttäjän olla tietoinen segmentti-informaatioon liittyvistä rajoituksista sekä siitä, missä määrin

informaatio täyttää tilinpäätösinformaation laatutekijät. Segmentti-informaation julkaisijoiden olisikin hyvä informoida tilinpäätöksen käyttäjiä segmentti-informaation sisältämistä rajoituksista.

7.4 Aiheita jatkotutkimukseen

Yritysten sovellettua jonkin aikaa IAS 14 -standardia voitaisiin selvittää, onko yritysten suhtautuminen segmenttiraportoinnin mahdollisiin kustannuksiin ja hyötyihin muuttunut. Tässä tutkimuksessa havaittiin yritysten pitävän IAS 14 -standardin mukaisen segmentti-informaation julkistamista itselleen enemmän hyödyllisenä kuin haitallisena, kun ne eivät olleet vielä julkistaneet IAS 14 -standardin mukaista segmentti-informaatiota. Myös sitä voitaisiin tutkia, aiheuttaako segmentti-informaation laadinta yrityksille ongelmia implementaatiovaiheen jälkeenkin.

Kohde jatkotutkimukselle on myös se, julkaisevatko yritykset IAS 14 -standardin vaatimukset ylittävää segmentoitua informaatiota alettuaan soveltaa standardia vai tyytyvätkö ne pääosin standardin vaatiman segmentoidun informaation julkistamiseen. Ennen IAS 14 -standardin soveltamiseen siirtymistä suomalaisten pörssiyritysten julkaiseman segmentti-informaation laajuudessa on ollut suuria eroja. Jotkut ovat raportoineet toiminnoistaan laajasti ja jotkut julkistaneet vain säännösten vaatimat pakolliset tiedot. Edwards ja Smith (1996, 162) saivat tutkimuksellaan selville, että brittiläisten yritysten alettua juuri soveltaa segmenttiraportointia säätelevää SSAP 25 -standardia, suurin osa yrityksistä ei julkaissut lainkaan standardin vaatimukset ylittävää segmentti-informaatiota.

Empiirisessä osassa suurin osa yrityksistä vastasi ulkoisesti raportoitavien segmenttiensä olevan samat kuin yrityksen sisäisesti hallitukselle ja toimitusjohtajalle raportoimat organisaatioyksiköt. Tästä herää kysymys, eroavatko segmentit todellakin toisistaan riskeiltään ja tuotoiltaan kuten IAS 14 -standardi edellyttää vai onko olemassa olevat organisaatioyksiköt valittu ulkoisesti raportoitaviksi segmenteiksi vain siitä syystä, että tämä on ollut helposti

toteutettavissa. Toisaalta se, että segmentit on määritelty suoraan organisaation sisäisen rakenteen mukaan, helpottaa yrityksiä, jos IAS 14 -standardi muuttuu amerikkalaiseen suuntaan, mitä on ennakoitu. Siinä raportoitavat segmentit määräytyvät johdon näkökulman perusteella eli sen perusteella, miten yritys on sisäisesti organisoitu. Tämä helpottaa segmentti-informaation käyttäjiäkin, sillä näin suurin osa yrityksistä ei joudu muuttamaan segmentti-informaatiotaan, jos IAS 14 -standardin harmonisointi amerikkalaiseen suuntaan tapahtuu, ja segmentti-informaation vertailukelpoisuus ei näin heikenny.

LÄHTEET

Albrecht, David & Chipalkatti, Niranjana 1998. New Segment Reporting. *The CPA Journal* 68:5. 46 - 52.

Alkula, Tapani & Pöntinen, Seppo & Ylöstalo, Pekka 1994. *Sosiaalitutkimuksen kvantitatiiviset menetelmät*. WSOY, Juva.

Balakrishnan, Ramji & Harris, Trevor S. & Sen, Pradyot K. 1990. The Predictive Ability of Geographic Segment Disclosures. *Journal of Accounting Research* 28:2. 305 - 325.

Behn, Bruce K. & Nichols, Nancy B. & Street, Donna L. 2002. The Predictive Ability of Geographic Segment Disclosures by U.S. Companies: SFAS No. 131 vs. SFAS No. 14. *Journal of International Accounting Research* 1. 31 - 44.

Berger, Philip G. & Hann, Rebecca 2003. The Impact of SFAS No. 131 on Information and Monitoring. *Journal of Accounting Research* 41:2. 163 - 223.

Boersema, John M. & Van Weelden, Susan J. 1992. *Financial Reporting for Segments*. The Canadian Institute of Chartered Accountants, Canada.

Collins, Daniel W. 1976. Predicting Earnings with Sub-Entity Data: Some Further Evidence. *Journal of Accounting Research* 14:1. 163 - 177.

Deppe, Larry & Omer, Graig S. 2000. Disclosing Disaggregated Information. *Journal of Accountancy* 190:3. 47 - 54.

Doupnik, Timothy S. & Rolfe, Robert J. 1990. Geographic Area Disclosures and the Assessment of Foreign Investment Risk for Disclosure in Accounting Statement Notes. *The International Journal of Accounting* 25:4. 252 - 267.

Edwards, Pamela 1995. Segmental Reporting: A Preparers' Perspective. *Accounting and Business Research* 25:99. 151 - 161.

Edwards, Pamela & Smith, Richard A. 1996. Competitive Disadvantage and Voluntary Disclosures: The Case of Segmental Reporting. *British Accounting Review* 28:2. 155 - 172.

Eriksson, Päivi 1986. *Kysely ja haastattelu - ohjeita empiirisen tutkimusaineiston hankinnasta aine- ja syventävien opintojen seminaarilaisille*. Tampereen yliopisto. Yrityksen taloustieteen ja yksityisoikeuden laitoksen julkaisusarja B 2. Opetusmonisteita 6. Tampere.

EY 2002. Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (19.7.2002) N:o 1606/2002 kansainvälisten tilinpäätösstandardien soveltamisesta.

FASB 1997. Statement of Financial Accounting Standards No. 131: Disclosures about Segments of an Enterprise and Related Information. Teoksessa *Original Pronouncements*. 2001/2002 Edition. Accounting Standards as of June 1, 2001. Volume II, FASB Statements of Standards 101 - 140. John Wiley & Sons, Inc., New York, United States. 2048 - 2078.

Harris, Mary Stanford 1998. The Association between Competition and Manager's Business Segment Reporting Decisions. *Journal of Accounting Research* 36:1. 111 - 128.

Hayes, Rachel M. & Lundholm, Russell 1996. Segment Reporting to the Capital Market in the Presence of a Competitor. *Journal of Accounting Research* 34:2. 261 - 279.

Herrmann, Don 1996. The Predictive Ability of Geographic Segment Information at the Country, Continent, and Consolidated Levels. *Journal of International Financial Management and Accounting* 7:1. 50 - 73.

Herrmann, Don & Thomas, Wayne B. 1997a. Geographic Segment Disclosures: Theories, Findings, and Implications. *The International Journal of Accounting* 32:4. 487 - 501.

Herrmann, Don & Thomas, Wayne B. 1997b. Reporting Disaggregated Information: A Critique Based on Concepts Statement No.2. *Accounting Horizons* 11:3. 35 - 44.

Herrmann, Don & Thomas, Wayne B. 2000. An Analysis of Segment Disclosures under SFAS no. 131 and SFAS No. 14. *Accounting Horizons* 14:3. 287 - 302.

IASC 1989. Tilinpäätöksen laatimista ja esittämistä koskevat yleiset perusteet. Teoksessa *IFRS-standardit 2003*. KHT-Media Oy, Helsinki.

IASC 1992. Kansainvälinen tilinpäätösstandardi. International Accounting Standard, IAS 7. Rahavirtalaskelmat. Teoksessa *IFRS-standardit 2003*. KHT-Media Oy, Helsinki.

IASC 1997. Kansainvälinen tilinpäätösstandardi. International Accounting Standard, IAS 14. Segmenttiraportointi. Teoksessa *IFRS-standardit 2003*. KHT-Media Oy, Helsinki.

IASC 1998. Kansainvälinen tilinpäätösstandardi. International Accounting Standard, IAS 36. Omaisuusarvon alentuminen. Teoksessa *IFRS-standardit 2003*. KHT-Media Oy, Helsinki.

Jyrinki, Erkki 1977. *Kysely ja haastattelu tutkimuksessa*. 3. painos. Gaudeamus, Helsinki.

Kinney, William R. Jr. 1971. Predicting Earnings: Entity versus Subentity Data. *Journal of Accounting Research* 9:1. 127 - 136.

Komiteanmietintö 1996:8. *Kirjanpitolain uudistamistyöryhmä 1995:n raportti Osa I*. Kauppa- ja teollisuusministeriön työryhmä- ja toimikuntaraportteja 8/1996. Edita, Helsinki.

KPA 1997. Kirjanpitoasetus 30.12.1997/1339.

KTM 1998. Kauppa- ja teollisuusministeriön päätös (21.10.1998/766) konsernitilinpäätöksen laatimisesta kansainvälisillä pääomamarkkinoilla yleisesti käytetyn säännösten mukaisesti.

KTM 1999. Kauppa- ja teollisuusministeriön päätös (22.12.1999/1312) konsernitilinpäätöksen laatimisesta kansainvälisillä pääomamarkkinoilla yleisesti käytetyn säännösten mukaisesti annetun päätöksen 2 §:n ja 3 §:n muuttamisesta.

Maines, Laureen A. & McDaniel, Linda S. & Harris, Mary S. 1997. Implications of Proposed Segment Reporting Standards for Financial Analysts' Investment Judgments. *Journal of Accounting Research* 35:Supplement.1 - 24.

Nyrhi, Tiina & Halonen, Virpi 2002. Segmenttiraportointi laajenee - IAS 14 edellyttää merkittävästi nykyistä enemmän tietoja. *View N:o* 2. 12 - 13.

OECD 1990. *Segmented Financial Information*. OECD, Paris, France.

Pacter, Paul 1994. *Reporting Financial Information by Segment. A Background Issues Paper prepared for the IASC Steering Committee on Segment Reporting*. LOC Graphic Services Limited, Hertfordshire, United Kingdom.

Pacter, Paul 1997. Segment reporting strengthened. *Accountancy* 119:1244. 66.

Prather-Kinsey, Jenice & Meek, Gary K. 2004. The Effect of Revised IAS 14 on Segment Reporting by IAS Companies. *European Accounting Review* 13:2. 213 - 234.

Prencipe, Annalisa 2004. Proprietary Costs and Determinants of Voluntary Segment Disclosure: Evidence from Italian Listed Companies. *European Accounting Review* 13:2. 319 - 340.

Prodhan, Bimal 1986. *Multinational Accounting: Segment Disclosure and Risk*. Billing & Sons Limited, Worcester, Great Britain.

Radebaugh, Lee H. & Gray, Sidney J. 2002. *International Accounting & Multinational Enterprises*. Fifth Edition. John Wiley & Sons. Inc., New York, the United States of America.

Roberts, Clare B. 2002. Segment Reporting. Teoksessa Nobes, Christopher & Parker, Robert *Comparative International Accounting*. Seventh Edition. Pearson Education Limited, United Kingdom. 418 - 441.

Räty, Päivi & Virkkunen, Virpi 2002. *Kansainvälinen tilinpäätöskäytäntö - IAS-raportointi*. WSOY, Porvoo.

Rönkkö, Juhani 2002. IAS 14 segmenttiraportointi - lisävaatimuksia julkisten yhtiöiden sisäiselle laskennalle. *Tilintarkastus* N:o 1. 11 - 15.

Silhan, Peter A. 1982. Simulated Mergers of Existent Autonomous Firms: A New Approach to Segmentation Research. *Journal of Accounting Research* 20:1. 255 - 262.

Troberg, Pontus 2003. Segmenttiraportoinnin tulevat haasteet: segmenttijaon vaihtoehdot. *Liiketaloudellinen aikakauskirja* 52:4. 557 - 563.

Valli, Raine 2001. *Johdatus tilastolliseen tutkimukseen*. Gummerus, Jyväskylä.

VTM 2002. Valtiovarainministeriön asetus (19.6.2002/538) arvopaperin liikkeeseenlaskijan säännöllisestä tiedonantovelvollisuudesta.

TUTKIMUSAINEISTO

Kyselytutkimusaineisto

LIITE 1: KOHDEYRITYKSET

Aldata Solution	Nokian Renkaat
Alma Media	Nordic Aluminium
Amer-yhtymä	Norvestia
Aspo	Okmetic
Aspocomp	Olvi
Atria	Orion
Basware	Outokumpu
Beltton-Yhtiöt	Perlos
Birka Line	PKC Group
Chips	PMJ automec
Citycon	Ponsse
Componenta	Raisio Yhtymä
Comptel	Rakentajain Konevuokraamo
E.ON Finland	Ramirent
Efore	Rapala VMC
Elcoteq Network	Rautaruukki
Elektrobit	Raute
Elisa	Rocla
Evox Rifa	SanomaWSOY
Exel	Scanfil
Finnair	Sponda
Finnlines	SSH Communications Security
Fiskars	Stockmann
Fortum	Stonesoft
F-Secure	Stromsdal
HK Ruokatalo	Suominen Yhtymä
Iikka-Yhtymä	Sysopen
Interavanti	Talentum
Jaakko Pöyry	Tamfelt
Julius Tallberg-kiinteistöt	Technopolis
KCI Konecranes	Tecnomen
Kemira	Tekla
Keskisuomalainen	Teleste
Kesko	TietoEnator
Kone	TJ Group
Kyro	Tulikivi
Lännen Tehtaat	UPM-Kymmene
Lassila & Tikanoja	Uponor
Lemminkäinen	Vacon
Leo Longlife	Vaisala
Marimekko	Viking Line
Metso	Wärtsilä
M-real	YIT-Yhtymä
Neomarkka	Yomi

LIITE 2: KYSELYLOMAKE

KYSELYLOMAKE

SEGMENTTIEN MÄÄRITTELEMINEN

1. Mikä tulee olemaan IAS 14 -standardin mukainen ensisijainen segmenttiraportointimuotonne?

- a. Liiketoimintasegmentti
- b. Maantieteellinen segmentti
- c. Molemmat segmentit raportoidaan ensisijaisina (IAS 14.29)

2. Millä perusteella olette valinneet ensisijaisen segmenttiraportointimuotonne?

- a. Yrityksen organisaatorakenne ja sisäinen raportointijärjestelmä osoittavat pääasiallisten riskien ja kannattavuuden lähteen, joka määrää ensisijaisen segmenttiraportointimuodon.
- b. Sekä tuotteet että maantieteelliset alueet vaikuttavat yhtä paljon yrityksen riskeihin ja kannattavuuteen, joten liiketoimintasegmentti on valittu standardin edellyttämällä tavalla ensisijaiseksi segmenttiraportointimuodoksi.
- c. Sisäinen raportointi ei perustu tuotteisiin eikä maantieteellisiin alueisiin, joten yrityksen hallitus ja toimiva johto ovat määrittäneet yrityksen pääasiallisten riskien ja kannattavuuden lähteiden perusteella ensisijaisen segmenttiraportointimuodon.
- d. Muu, mikä

3. Onko määrittelyssä, kumpi segmentti tulee ensisijaiseksi ja kumpi toissijaiseksi raportointimuodoksi, ollut ongelmia?

- a. Ei
- b. Kyllä

4. Jos on, niin minkälaisia ongelmia määrittelyssä on ollut?

5. Tuletteko raportoidaan toissijaisen segmentin?

- a. Kyllä
- b. Ei, raportoimme vain ensisijaisen segmenttiraportointiulottuvuuden mukaan.
- c. Molemmat segmentit raportoidaan ensisijaisina.

6. Jos ette raportoi toissijaista segmenttiä, mistä tämä johtuu?

7. Miten IAS 14 -standardin mukaiset ulkoisesti raportoitavat segmenttinne on määritelty?

- a. Segmentit ovat samat kuin hallitukselle ja toimitusjohtajalle raportoitavat organisaatioyksiköt.
 - b. Jotkut segmentit ovat hallitukselle ja toimitusjohtajalle raportoitavia organisaatioyksiköitä. Muiden osalta on siirrytty alemmalle sisäisen raportoinnin tasolle, jolla tietoja raportoidaan tuote/palvelulinjoittain tai maantieteellisellä perusteella.
 - c. Kaikki segmentit perustuvat alemmalle sisäisen raportoinnin tasolle, jolla tietoja raportoidaan tuote/palvelulinjoittain tai maantieteellisellä perusteella.
 - d. Segmentit on määritelty erikseen yksinomaan ulkoista raportointia varten.
 - e. Muuten, miten
-

8. Onko liiketoimintasegmenttien koostumuksen määrittämisessä ollut ongelmia?

- a. Ei
- b. Kyllä

9. Jos on, niin minkälaisia ongelmia liiketoimintasegmenttien määrittämisessä on ollut?

- a. Sisäisessä raportointijärjestelmässä käytettävät segmentit eivät ole liiketoiminnallisten segmenttien määritelmien mukaisia.
 - b. Riskit ja kannattavuus eivät poikkea tuote- ja palveluryhmittäin.
 - c. Muita, mitä
-

10. Onko maantieteellisten segmenttien koostumuksen määrittämisessä ollut ongelmia?

- a. Ei
- b. Kyllä

11. Jos on, niin minkälaisia ongelmia maantieteellisten segmenttien määrittämisessä on ollut?

- a. Sisäisessä raportointijärjestelmässä käytettävät segmentit eivät ole maantieteellisten segmenttien määritelmien mukaisia.
 - b. Riskit ja kannattavuus eivät poikkea maantieteellisesti.
 - c. Muita, mitä
-

12. Mihin maantieteellinen segmenttijakonne perustuu?

- a. Myynnin alkuperä (yrityksen varojen sijaintipaikka)
- b. Myynnin kohde (asiakkaiden sijainti)

13. Miten tämä on määritetty?

- a. Organisaation ja sisäisen raportoinnin rakenne osoittaa, johtuvatko pääasialliset maantieteellisten riskien lähteet varojen sijainnista vai asiakkaiden sijainnista.
 - b. Yrityksen hallitus ja toimiva johto ovat määrittäneet pääasiallisten maantieteellisten riskien ja kannattavuuden lähteen.
 - c. Muuten, miten
-
-
-

ERIEN KOHDISTAMINEN SEGMENTEILLE

14. Aiheuttaako segmenttikohtaisen informaation kerääminen käytännössä ongelmia yrityksessänne?

- a. Ei
- b. Kyllä

15. Jos segmenttikohtaisen informaation kerääminen aiheuttaa ongelmia, niin minkälaisia ongelmia?

- a. Informaation kerääminen vaatii järjestelmämuutoksia.
- b. Muita, mitä

16. Minkä seuraavien erien kohdistamista ensisijaiselle segmentille pidätte ongelmallisena?

- a. Tuotot
- b. Kulut
- c. Varat
- d. Velat
- e. Investoinnit

17. Minkälaisia ongelmia edellisten erien kohdistamiseen ensisijaiselle segmentille yrityksessänne liittyy?

18. Minkä seuraavien erien kohdistamista toissijaiselle segmentille pidätte ongelmallisena?

- a. Tuotot
- b. Varat
- c. Investoinnit

19. Minkälaisia ongelmia edellisten erien kohdistamiseen toissijaiselle segmentille yrityksessänne liittyy?

SIIRTOHINNOITTELU

20. Aiheuttaako segmenttien välinen siirtohinnoittelu ongelmia yrityksellenne?

- a. Ei
- b. Kyllä

21. Jos aiheuttaa, niin minkälaisia ongelmia segmenttien välisestä siirtohinnoittelusta aiheutuu?

SEGMENTTIRAPORTOINNIN VAIKUTUKSET

22. Ottakaa kantaa seuraaviin IAS 14 -standardin mukaista segmenttiraportointia koskeviin väittämiin ympyröimällä mielipidettänne vastaava vastausvaihtoehto. Vastausvaihtoehdot on merkitty numeroilla seuraavasti:

- 1 täysin eri mieltä
- 2 jokseenkin eri mieltä
- 3 ei samaa mieltä eikä eri mieltä
- 4 jokseenkin samaa mieltä
- 5 täysin samaa mieltä

a. Segmentti-informaation julkaiseminen vaikuttaa yrityksemme pääomakustannuksiin.

1 2 3 4 5

b. Kilpailijoiden julkaisema segmentti-informaatio on hyödyllistä toimintojemme tehokkuuden arvioinnissa sekä uusien liiketoiminta-alueiden etsinnässä.

1 2 3 4 5

c. Segmentti-informaation julkaiseminen vaikuttaa haitallisesti yrityksemme kilpailuasemaan.

1 2 3 4 5

d. Segmentti-informaation keräämisestä ja laatimisesta aiheutuvat kustannukset ovat kohtuulliset.

1 2 3 4 5

e. Segmentti-informaation julkaisemisesta yrityksellemme aiheutuvat kustannukset ylittävät siitä saatavat hyödyt.

1 2 3 4 5

f. Julkaisemamme segmentti-informaatio on hyödyllistä sijoittajalle.

1 2 3 4 5

23. Mitä muita hyötyjä/haittoja arvelette IAS 14 -standardin mukaisen segmentti-informaation julkaisemisen yrityksellenne aiheuttavan?

24. Oletteko julkaisseet suomalaiset vaatimukset (liikevaihto ja liikevoitto toimialoittain sekä maantieteellisten alueiden mukaan) ylittävää segmentti-informaatiota?

- a. Kyllä
- b. Ei

25. Miksi olette / ette ole julkaisseet vaatimukset ylittävää segmentti-informaatiota?

26. Muita IAS 14 -standardin mukaiseen segmenttiraportointiin liittyviä huomautuksia

Paljon kiitoksia avustanne!

LIITE 3: VASTAUKSET SEGMENTTI-INFORMAATION JULKISTAMISEN VAIKUTUKSIA KOSKEVIIN VÄITTÄMIIN

Väittämä	Täysin eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Ei samaa mieltä eikä eri mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Täysin samaa mieltä
a) Segmentti-informaation julkaiseminen vaikuttaa yrityksemme pääomakustannuksiin.	44 % (16)	25 % (9)	31 % (11)	0 % (0)	0% (0)
b) Kilpailijoiden julkaisema segmentti-informaatio on hyödyllistä toimintojemme tehokkuuden arvioinnissa sekä uusien liiketoiminta-alueiden etsinnässä.	14 % (5)	14 % (5)	28 % (10)	39 % (14)	5 % (2)
c) Segmentti-informaation julkaiseminen vaikuttaa haitallisesti yrityksemme kilpailuasemaan.	14 % (5)	44 % (16)	17 % (6)	17 % (6)	8% (3)
d) Segmentti-informaation keräämisestä ja laatisemisesta aiheutuvat kustannukset ovat kohtuulliset.	0 % (0)	6 % (2)	19 % (7)	44 % (16)	31 % (11)
e) Segmentti-informaation julkaisemisesta yrityksellemme aiheutuvat kustannukset ylittävät siitä saatavat hyödyt.	22 % (8)	28 % (10)	31 % (11)	19 % (7)	0 % (0)
f) Julkaisemamme segmentti-informaatio on hyödyllistä sijoittajalle.	0 % (0)	3 % (1)	14 % (5)	58 % (21)	25 % (9)